

STUDIA UNIVERSITATIS
BABEŞ-BOLYAI



EPHEMERIDES

1/2007

ANUL LII **2007**

S T U D I A

UNIVERSITATIS BABEŞ–BOLYAI

EPHEMERIDES

1

Desktop Editing Office: 51st B.P.Hasdeu Street, Cluj-Napoca, Romania, phone + 40 264 405352

SUMAR - SOMMAIRE - CONTENTS - INHALT

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

OBJETS ET SIMULACRES: L'«HYPERRÉEL» SELON JEAN BAUDRILLARD

HORIA LAZĂR

ABSTRACT. ***Objects and simulacra: hyperreality according to Jean Baudrillard.*** The object is the sign of the wish to possess it, consumption as social practice precedes production, while credit hardly covers the life span of the bought object; reality does not disappear in its own image but turns into hyperreality of the simulacra produced as consumer goods. The books of Jean Baudrillard show the ways in which reality turned itself into its own hell, objects in their own virtuality and history in the prehistory of man about to emerge.

Depuis la Renaissance, l'humanité vit dans un état d'explosion permanente et de «libération» dans tous les domaines (politique, économique, psychologique, sexuel, artistique). La libération des forces productives sous le double signe de la valeur d'usage et de la valeur d'échange, codifiée par l'économie politique marxiste, côtoie la libération des forces destructives par les révolutions; celle des classes sociologiques «opprimées» (femmes, enfants, pauvres, minorités) avoisine, quant à elle, l'inflation des modèles artistiques et culturels nouveaux, où la «croissance» ne fait que recouvrir une crise de croissance. Ceci posé, nous vivons dans un état d'«après-orgie»[1], d'accélération dans le vide et d'indétermination grandissante des rapports sociaux. La fatalité de la loi, vieux dispositif spéculaire et magique, obéit à une logique selon laquelle *tout vient d'ailleurs* par la mise en place d'une *distance* constitutive. Elle sous-tend le fonctionnement de l'économie, de la valeur linguistique du signe et du refoulement psychanalytique mais cède la place, aujourd'hui, à la simulation fractale régie par la règle – dernière étape dans la péripétie de la valeur, vouée à une «métastase interne» et à une «autovirulence» dans laquelle, à travers une potentialisation extrême, les objets jouent leur propre perte[2].

La libération des objets sous le signe de la production et de la satisfaction de besoins grâce à la révolution industrielle et technologique est l'apothéose de la valeur d'usage et du fonctionnalisme. Il convient cependant de s'interroger sur la signification de cette «révolution».

1. Produire, consommer, jeter. L'économie politique classique fait converger dialectiquement production et consommation par la médiation d'une

---

[1] Jean Baudrillard, *La transparence du mal. Essai sur les phénomènes extrêmes*, Paris, Galilée, 1990, p. 11.
[2] *Ibid.,* p. 13.

«théorie des besoins». Dans cette perspective, l'objet est un référent réel, résultat du processus de production; la raison d'être de la production est l'existence des besoins primaires, définis comme «minimum vital anthropologique»[3] - notion floue, compte tenu de la difficulté qu'il y a à séparer le primaire du secondaire, le nécessaire du superflu et le vital du social; enfin, la production n'est pas une activité gratuite ou ludique. En elle, utilité et fonctionnalité se répondent, et la consommation apparaît comme le complément symétrique de la production. Les deux renvoient à la valeur d'usage des objets, dont la mort (la «consommation») signifie la disparition du besoin. Production et consommation s'articulent donc dans un processus transitif, à l'intérieur duquel la valeur de l'objet est définie par référence directe à la quantité de travail nécessaire à sa fabrication – «postulat bio-anthropologique» qui sous-tend une métaphysique énergétique du travail et une morale optimiste de l'homme, autonome et *inaliénable* par essence[4].

Cette conception traditionaliste de l'objet, apparue à l'âge industriel, a été reprise et développée par l'économie politique marxiste. Si dans le capitalisme le travail est outil d'aliénation, vidant l'homme de sa propre substance (comme si l'humanité pouvait être réduite à la quantité de travail produit par les hommes), l'image socialiste du travail comme «libération» et intériorisation de la conscience politique des ouvriers n'est pas moins ambiguë. En effet, dans l'économie politique marxiste la production (à la fois raison historique de l'humanité et modèle anthropologique d'accomplissement) fait l'objet d'une «autonomisation religieuse»[5] ou phantasmatique[6] par le biais de la critique des modalités successives de constitution de la marchandise. Le tort de cette approche romantique de la production est de ne pas l'explorer *comme forme* ou comme principe de socialisation. Actuellement, la production n'a plus de finalité économique (satisfaire des besoins, maîtriser le flux des messages, accumuler valeurs et richesses – autrement dit accroître des contenus qui préexistent à leur forme): elle fait fonctionner des rapports sociaux de reproduction codifiée d'un immense scénario d'intégration et un vaste réseau de structures de mobilisation, de contrôle et de répression du corps social[7].

Ayant cru à l'innocence des machines et de la technique, de même qu'au mythe de la croissance retournée au profit des ouvriers – même s'il a

---

[3] *Pour une critique de l'économie politique du signe,* Paris, Gallimard, coll. «Les Essais», 1972, p. 84 et suiv

[4] *Ibid.*

[5] *L'échange symbolique et la mort,* Paris, Gallimard, 1976, p. 25.

[6] *Le miroir de la production ou l'illusion critique du matérialisme historique,* Paris, Galilée, 1985, p. 9.

[7] *L'échange symbolique…, op. cit.,* p. 28. Cet unanimisme de la mobilisation rejoint l'immobilité – objectif dernier de tout projet de manipulation: «Il faut fixer les gens partout, à l'école, à l'usine, à la plage ou devant la TV».

pressenti, dans la notion hybride de travail-capital, l'avènement d'un principe d'exclusion et l'hégémonie du travail mort sur le travail vivant -, Marx n'analyse pas le travail «improductif» par définition, qui de nos jours envahit la scène économique: le travail-service. Forme inquiétante de reproduction sociale, «indexation personnelle» par identification de la prestation et du prestataire et «passage à la domination réelle, à la sollicitation et à la réquisition totale des personnes», ce genre de travail ne se distingue pas d'autres pratiques, en particulier de la catégorie opposée de loisir[8]. Il témoigne de la disparition de notions classiques comme le prolétariat, l'usine, le travail. Ce qui en reste c'est une société «[à] visage d'usine»: nouvel espace carcéral – lieu d'enfermement et de concentration – où la «libération» des forces productives ne fait que masquer les discriminations et la recomposition des hiérarchies.

Le minimum vital ne peut être déterminé positivement mais résiduellement, et le niveau des besoins qui définissent le seuil de survie fait l'objet d'une réflexion idéologique. Dans les sociétés archaïques comme dans le monde contemporain, les mécanismes productifs sont mis en œuvre non pour assurer la survie des usagers mais pour créer les conditions de prélèvements gratuits qui pèsent sur l'ensemble de la société: dépenses somptuaires, sacrifices rituels de bénéfices, gaspillages de profits en dehors du circuit économique et malgré la logique de l'accumulation patrimoniale. Quel que soit le volume objectif des ressources, les dépenses sociales s'échelonnent en fonction d'excédents ou de déficits structurels, et non réels: «Le seuil de survie n'est jamais déterminé par en bas mais par en haut […]. Il y a même corrélation étroite entre le sous-développement, le surnombre des classes pauvres et le développement tentaculaire du religieux, du militaire, du personnel domestique, du secteur dispendieux et inutile»[9].

Selon la même loi de génération du surplus, le seuil de consommation obligée est souvent placé bien au-dessus du prétendu minimum nécessaire; il est défini par référence à la production de la plus-value et à l' «émergence de la consommativité». Dans les pays développés, écrit Baudrillard avec humour, «personne n'est libre de vivre de racines crues et d'eau fraîche». Les besoins ne sont donc plus une force de consommation libérée par le monde de l'abondance, mais «une *force productive* requise par le fonctionnement du système lui-

[8] *Ibid.,* p. 33. En tant que forme vide, imaginaire, réifiée dans les loisirs, «le travail est partout parce qu'il n'y a plus de travail» (*Ibid.,* p. 36). En ce sens, dans tel slogan publicitaire, le texte: «Demain je travaille» est accompagné d'un large sourire, qui convient mieux aux loisirs: vision ubuesque, véritable «miroir d'indifférence publique», qui intègre, par érotisation du contenu, de *tout* contenu, une large gamme de pratiques sociales: acheter, consommer, jouir, participer, voter, etc. (cf. *Simulacres et simulation,* Paris, Galilée, 1981, p. 136-137).

[9] *Pour une critique…, op. cit.,* p. 85

même»[10]. Personne n'a jamais songé à faire passer l'achat de plusieurs voitures comme un besoin rigoureusement déterminé comme seuil minimal de survie.

Il apparaît que la production des objets n'a pas comme horizon l'élimination des besoins; à leur tour, ceux-ci ne s'éteignent pas par la consommation. La contrainte des besoins n'est pas linéaire mais exponentielle: effet d'escalade et de surenchère, là où la consommation n'est plus une dépense proprement dite mais un investissement rentable. Le mécanisme du crédit en témoigne amplement. «Qui s'endette s'enrichit», clame un slogan publicitaire, et un autre: «Acheter c'est s'enrichir». Hypothèque sur l'avenir, le crédit, ce véritable «droit économique du citoyen», atteste la disparition conjointe des besoins et des objets. L'usager de l'objet acheté à crédit, toujours en retard sur lui, en jouit comme s'il était «le sien». Cependant, le temps de remboursement du crédit (l'échéance bancaire) représente très souvent le temps même d'usage de l'objet (sa déchéance). L'objet acheté à crédit vit dans le futur antérieur (le temps où il *aura été* payé,[11]), alors que chez le consommateur la jouissance (posséder l'objet) côtoie la déception (le perdre, parfois avant qu'on ne l'ait payé).

L'objet *produit* est ainsi un objet *reproduit* par le code social qui fait que l'objet-symbole traditionnel (outils, meubles, maison), médiateur d'une situation vécue, devient objet de consommation, c'est-à-dire *signe* extérieur, partant arbitraire, des besoins[12]. La médiation abstraite par l'objet-signe fait que l' «accomplissement» de celui-ci est, en même temps, son «abolition», et que sa «personnalisation», si vantée par la publicité, n'est que l'écho de sa disparition.

Selon Marx, le travail et la production de biens sont les grands repères de l'intégration sociale et de la satisfaction personnelle. Cette mythologie productiviste est le fondement de l'idéologie égalitariste occidentale, qui identifie *la croissance* économique avec *l'abondance* des biens, et la dernière avec la démocratie[13]: il n'y a pas de richesse sans croissance ni de démocratie pauvre. À y regarder de près, on s'aperçoit toutefois qu'entre croissance et abondance s'interposent des structures sociales de discrimination et de domination, et que le mythe de la croissance indéfinie n'est, en fait, qu'un compromis entre le rêve égalitaire et l'impératif du maintien des privilèges. Le lien entre croissance et abondance se distend, et les vieilles inégalités se reproduisent aujourd'hui à travers la croissance et grâce à elle[14]. Dans cette optique, la consommation n'est pas définie par référence à la valeur

---

[10] *Ibid.,* p. 87 [c'est Baudrillard qui souligne].

[11] *Le système des objets,* Paris, Gallimard, 1968, p. 220. L'hypothèque sur l'avenir est le prix d'une liberté toute formelle, dans un système où «le consommateur est complice de l'ordre de production, *et sans rapport avec le producteur*» (*Ibid.,* p. 224). [Nous soulignons].

[12] *Ibid.,* p. 277.

[13] *La société de consommation. Ses mythes. Ses structures*, Paris, Denoël, 1970, p. 62.

[14] *Ibid.,* p. 66.

d'usage des objets, mais comme un code de comportement qui affilie le consommateur à son groupe ou qui, au contraire, l'en démarque par référence à un autre, en général supérieur à celui auquel il appartient. Quant au rapport entre privilèges et pénurie (ou pauvreté), il faut remarquer que, dans sa logique sociale, la croissance est «la reproduction d'une pénurie structurale» qui n'a rien à voir avec la rareté des objets (on ne produit pas plus parce que les objets sont insuffisants): elle est «systématisée comme fonction de relance [économique] et comme stratégie de pouvoir»[15]. Le progrès technologique enfin cesse d'être vecteur de croissance: objet insolite, il est produit lui aussi comme instrument et véhicule du pouvoir. Une démocratie sans technologies serait faible, par conséquent pauvre, risquant de sombrer dans le totalitarisme.

Si dans l'économie du social la contrainte de consommation précède la production, la sociologie des loisirs met en avant, au même titre, l'«idéologie du travail aliéné». Contrairement au temps symbolique des sociétés primitives, qui incarne le rythme des activités collectives et des échanges au sein de la communauté – temps innommable, sans avenir, «lié» mais jamais contraint, par conséquent non isolable abstraitement -, le «temps libre», qui fait valoir *la liberté de ne pas travailler*, est en fait un résidu et une excroissance du temps de travail. Dans une société référendaire dont le principe de base est la mobilisation permanente, les loisirs représentent le temps libéré comme capital et comme «objet chronométrique», prévu et manipulé dans des opérations de prestige. De même que la consommation ne libère l'objet que dans sa fonction abstraite (signifier les besoins), les loisirs nous ramènent, symétriquement, au besoin de nous libérer du temps vivant. Si le travail ne produit plus des objets mais des signes des désirs, le temps libre introduit le besoin de consommer des simulacres de liberté. Mettant l'usager en état de liberté obligée, il devient une force productive en tout semblable à l'argent et aux flux monétaires. À travers les loisirs, c'est le surcroît de travail qui est consommé – socialement, non économiquement. Préféré au temps libre, celui-ci est principe de satisfaction névrotique (travailler toujours plus), alors que le temps libre ne peut être «perdu» ni dépensé en pure perte: n'étant jamais «vacant» mais toujours résiduel (*le reste* d'un travail jamais effectué), il ne peut être *que* gagné sur le temps de travail dans une escalade de redondance et de surexposition qui en fait la marque (l'«affiche», dit Baudrillard[16]) de la servitude volontaire généralisée qu'est le travail. Avec comme origine la crise économique de 1929, la *production de la demande,* symétrique de la production de la marchandise et contraire à elle, résume l'opération, très coûteuse, de la production du social comme

[15] *Ibid.,* p. 89.
[16] *Ibid.,* p. 251.

simulation de la production et de la consommation d'objets par une inversion du processus économique où la relation logique des deux est brisée[17].

La libération du travail dans les loisirs, de la production dans la consommation, du patrimoine dans les flux bancaires et du sexe dans la pornographie spectrale – immense entreprise de déréalisation des valeurs – réactive le questionnement sur la réalité du monde et de l'histoire. En ce sens, *Le crime parfait* est «l'histoire du meurtre de la réalité» et de «l'extermination d'une illusion – l'illusion vitale, l'illusion radicale du monde»[18].

La révolution sexuelle prônée par les mouvements féministes veut rétablir la dignité des femmes à travers l'égalité des sexes. Les idées maîtresses qui l'inspirent sont la conviction que la femme est soumise à l'oppression masculine et la volonté de libérer les désirs et l'énergie sexuelle féminins (la dernière fait penser immanquablement au déchaînement productiviste de l'économie politique marxiste). Or la sexualité n'a jamais été réprimée dans sa matérialité: elle a été soumise à des contraintes d'expression, «*de production* du sexe»[19]. L'histoire de la sexualité est en tout semblable à celle de la folie, décrite par Michel Foucault: les deux ont été isolées, «opprimées», emprisonnées dans des interdictions verbales et dans des institutions spécifiques pour se libérer, de nos jours, dans une banalité qui n'est que le début de leur fin[20]. Le sexe sans mystère, proféré, affiché, exhibé dans la fascination pornographique de la proximité absolue perd sa réalité par excès de visibilité: il devient «hyperréel», se résorbant, comme objet, dans sa propre image. L'«indifférence sexuelle» du «sexe hypersexuel», déréalisé, est illustrée par Madonna, «condamnée à incarner successivement, ou simultanément, tous les rôles, toutes les versions du sexe (plutôt que les perversions), parce qu'il n'y a plus pour elle d'altérité sexuelle»[21].

Paradoxalement, la libération des énergies n'entraîne pas la liberté des personnes; elle renforce au contraire la socialisation, avec ses différenciations hiérarchiques. Une fois «libérée», la femme envahit comme image la rhétorique de la publicité: les objets reçoivent des attributs féminins («chaleur», «fidélité», «soumission») et les schèmes de persuasion publicitaire confirment la subordination sociale et érotique de la femme. Ainsi, une voiture est semblable à une femme-objet à acheter, qui suscite des rêves de

---

[17] *À l'ombre des majorités silencieuses ou la fin du social suivi de L'extase du socialisme*, Paris, Denoël / Gauthier, 1982, p. 31.

[18] *Le crime parfait,* Paris, Galilée, 1995, p. 10.

[19] *Oublier Foucault,* Paris, Galilée, 1977, p. 21 [c'est Baudrillard qui souligne].

[20] «Le refoulement n'est jamais refoulement *du* sexe au profit d'un je-ne-sais-quoi mais refoulement *par* le sexe – le quadrillage du discours, du corps, des énergies et des institutions par le sexe […]. Le sexe refoulé ne fait que masquer le refoulement par le sexe» (*Ibid.,* p. 26).

[21] *Le crime parfait, op. cit.,* p. 175.

manipulation et de soins – projection à la fois phallique et narcissique, «puissance médusée par sa propre image»[22].

La libération du bien est aussi libération du mal, et la libération totale immobilise les objets dans leurs simulacres, et l'humanité dans ses virtualités. La réalité du monde est donc d'ordre résiduel: celle d'un déchet qui se détache sur fond d'histoire virtuelle. «Le pire est que, au fil de ce recyclage universel des déchets, l'espèce humaine commence à se produire elle-même comme déchet et à poursuivre sur elle-même ce travail de déjection […]. En mettant les fonctions supérieures sur orbite, on transforme la planète elle-même en déchet, en territoire marginal, en espace périphérique. Construire une autoroute, un hypermarché, une métropole, c'est transformer tout ce qui l'entoure en désert. Créer des réseaux de communication ultra-rapides, c'est transformer immédiatement l'échange humain en résidu […]. Il n'y a rien contre cette règle implacable que le virtuel produise du réel comme déchet. Aucune écologie n'y peut rien. Il faudrait une écologie maléfique, qui traite le mal par le mal»[23]. Renchérissant sur la signification de toute libération, *La transparence du mal* voit dans n'importe quelle émancipation «une forme de régression», et dans l'aliénation (=être contrôlé par quelqu'un d'autre, non par soi-même) un «bénéfice»[24] - véritable joie de l'esclavage non consenti et de la prise de conscience ouvrant la voie à la contestation des systèmes et alimentant la subversion par «la pensée radicale», non dialectique.

Les grands ensembles commerciaux, publicitaires et ludiques de notre temps ne prennent pas pied dans un décor urbain préexistant; au contraire, leur émergence précède celle des villes, qui, par là même, n'en sont que les «satellites»: gigantesque annexion du monde, de la nature et de l'espace à un modèle cybernétique. Même chose pour les mégapoles américaines, miroir de la «virulence du changement» et de la violence technologique produisant «son propre scénario permanent», qui ressemblent à un vaste désert ou à l'espace interstellaire dont la substance s'épuise dans le vertige des messages et des images[25]. Le territoire urbain conquis sur le désert naturel (cités industrielles, centres d'affaires, villes de loisirs ou de jeux) crée, autour de lui, le vide social.

Le confort populaire vestimentaire incarné par le prêt-à-porter, signe d'uniformisation produite par la société industrielle et de ralliement matériel et culturel à la société de consommation, cède la place, de nos jours, à une large panoplie d'objets prêts-à-jeter, sans déterminations physiques, biologiques,

---

[22] *Le système des objets, op. cit.,* p. 99.

[23] «L'écologie maléfique», dans *L'illusion de la fin ou la grève des événements,* Paris, Galilée, 1992, p. 115-116. Dans le même registre d'images, *La société de consommation* fait de l'homme un «excrément de l'argent» et du temps de travail (p. 245).

[24] *La transparence du mal, op. cit.,* p. 173.

[25] *Amérique,* Paris, Grasset, 1986, p. 23 et *passim.*

psychologiques, sexuelles, économiques, politiques ou culturelles – objets, pratiques et activités aux confins de l'humain, inscrits ou projetés dans un espace «hyperréel» sous le signe de la dissémination orbitale des choses et de la satellisation du réel ainsi que de la prolifération des prothèses et des dispositifs de protection qui se substituent aux mécanismes de défense naturelle des corps. Le corps du cosmonaute, enfermé dans sa bulle en état d'apesanteur et d'asepsie, n'est pas celui d'un sujet historique aux prises avec son destin de conquérant de l'espace, mais un simple «terminal de multiples réseaux» simulant son propre vol. En effet, avec l'extension du vol dans l'espace, c'est la Terre, «grand corps inutile», qui devient le résidu télématique de la cabine du cosmonaute, immobilisé dans un espace virtuel et condamné à un vol perpétuel «sous peine de s'écraser sur sa planète d'origine»[26]. Les enfants déficients, isolés dans leurs bulles comme les cosmonautes dans leurs scaphandres – espace immunitaire artificiel, d'une propreté absolue, en tout semblable à l'atmosphère extra-terrestre - , sont la préfiguration de l'existence sous vide par élimination des germes. Vulnérables à tout et victimes d'un acharnement médical qui fait d'eux une version humaine des produits surgelés, complètement démunis et surprotégés, ces êtres ne sont plus qu'une «sphère expurgée» et une «enveloppe transparente» , simple surface de réflexion d'informations au-delà de laquelle il n'y a rien, vouée à une «transfusion perpétuelle» et à une immunodéficience programmée comme virtualité absolue de l'espèce. Le capital, qui fait fi de l'économie politique et de la loi de la valeur, s'autonomise et se transpolitise, se plaçant à son tour sur une orbite financière flottante et aléatoire, échappant à ses finalités économiques et fonctionnant «d'une façon totalement irréférentielle», comme l'attestent la crise de 1929 et le krach de 1987[27]. Pareilles aux capitaux, les dettes des États explosent et se satellisent sous la forme de la convertibilité instantanée des monnaies, comme les guerres dont il ne subsiste que la menace nucléaire – guerre virtuelle qui est, du coup, la meilleure protection contre la guerre réelle. Il ne reste qu'à trouver des simulacres de loisir et de vacances, et une solution orbitale à la surpopulation, note Baudrillard avec noirceur[28], la nature, l'homme, le désir, le sens, la valeur, la politique et l'art n'étant que des objets à recycler par la consommation, à projeter dans l'hyperréalité ou à jeter dans les poubelles de l'histoire.

2. Simuler et séduire: les masses et les media. Au prolétariat de Marx, émanation originaire du social, fortifié dans la lutte des classes, tendu vers l'avenir et inscrivant ses aspirations dans l'horizon de la révolution, Baudrillard oppose les masses, «référent spongieux», immense «trou noir» du social et «déchet statistique» de celui-ci[29]: réalité implosive se signalant par

---

[26] *L'autre par lui-même. Habilitation,* Paris, Galilée, 1987, p. 15-17.
[27] *La transparence du mal, op. cit.,* p. 19.
[28] *L'autre par lui-même…,* p. 16 et *La transparence du mal,* p. 35.
[29] *À l'ombre des majorités…, op. cit.,* p. 11.

son atonie, son indifférence politique et sa capacité de neutralisation des tensions. L'actualité et la nudité de cette présence «visqueuse» sur la scène publique en fait une sorte de pâte molle historique, jamais polarisée par des conflits ni tendue vers un sens à conquérir. La définition des masses n'est pas sociologique mais médiatique. Leur inertie ne fait que signifier leur aptitude inouïe à se laisser traverser par les impressions télévisuelles et à absorber tous les messages, *sans reste.* Jamais aliénées du fait qu'en elles il n'y a jamais un «autre», d'une homogénéité et d'un conformisme tous azimuts, les masses ne reflètent pas le social, qui «se brise» sur elles - à tel point que dans la physique sociale les dimensions «s'incurvent» et involuent jusqu'à leur propre annulation, désignant les masses comme une «sphère d'engloutissement potentiel»[30].

Quoi qu'en dise Marx, le prolétariat de l'âge industriel n'était pas une classe homogène; seule la bourgeoisie l'était, ce qui fait qu'à vrai dire le prolétariat n'existait pas comme classe. D'ailleurs, sa définition économique comme classe «exploitée», à libérer par la révolution – symétrique de la définition de la femme comme sexe opprimé – est à la fois idéaliste et utopique. Les manufactures de l'âge industriel ne représentent, en fait, que l'élargissement du renfermement du XVIIe siècle et la généralisation de celui-ci comme système industriel, à vocation à la fois économique et carcérale. La production industrielle n'est, par là, que la reproduction d'anciens rapports sociaux, alors que le prolétariat n'est pas objet de spoliation et d'oppression mais d'exclusion, de discrimination et de marquage – comme le fou, la femme, les animaux, les enfants, les Noirs. La prétendue «lutte des classes» est ainsi dirigée contre le statut de bêtes des «prolétaires» voués à l'abjection du travail[31]. L'«illusion de la production» des textes de Marx s'articule parfaitement avec celle de la libération, et les deux ont inspiré l'idéologie de la révolution. Rien d'étonnant, dès lors, à ce que de nos jours la classe des prolétaires, sociologiquement floue et mise à l'écart dès sa naissance, soit récupérée comme masse amorphe, intégrée par un court-circuit abolissant les pôles et les conflits et placée sur orbite comme simple satellite ou support humain d'un travail omniprésent.

Friandes de spectacle au détriment du sens et de signes où les messages se dissolvent, les masses n'en sont pas moins repliées sur le privé, lieu «asocial» voire «involutif». Dans une époque où le politique, mi-sportif mi-ludique, est un spectacle sur l'écran privé, la méfiance populaire à son égard, vue par certains comme résistance à la manipulation par les media, est, tout compte fait, une transpolitisation dans laquelle la «négativité» des comportements n'incarne aucune volonté de dépassement ou de changement. Loin d'exprimer une quelconque «espérance eschatologique du social»,

[30] *Ibid.*, p. 14.
[31] *L'échange symbolique…, op. cit.,* p. 50 et suiv.

l'hyperconformisme des usagers des media résume *la réversion* du social[32]. Quant à leur «impuissance» face aux grands déroulements médiatiques, piège mortel des naïfs selon des critiques enthousiastes, il faut dire que *par leur refus absolu du sens* les masses «enveloppent» les media plutôt qu'elles n'en sont dominées: medium anonyme, plus fort que les messages médiatiques orientés, «pervers», elles font imploser dans la transparence et à travers «la lubrification des rapports sociaux»[33] tout système et toute transcendance, y compris la politique qui, par la diffusion maximale et l'intensité minimale des contenus, ne fait qu'illustrer «la reproduction sans fin d'une forme sans contenu»[34].

À vrai dire, l'éloignement des masses par rapport au politique est une résistance *au social*, à ses dispositifs de contrôle et de répression, ainsi qu'une réaction à la mythologie négative du gaspillage. Le premier bureau des pauvres est créé en 1544 à Paris et l'Assistance publique du XIXe siècle prendra sa relève. Avec la Sécurité sociale du XXe siècle, outil de socialisation intégrale couvrant toute la société, la France se dote d'un «social élargi» - ce qui est en fait une généralisation de la déréliction. Chacun est dorénavant exclu et pris en charge, à la fois désintégré et socialisé, objet d'une «gestion des résidus» au sein d'un «société pathogène» protéiforme où les «poches à résorber» (immigrés, femmes, délinquants), véritable déjection indégradable, sont isolées toujours davantage, à mesure que le social progresse. Et si la machine à intégrer s'arrête, le social *tout entier* devient résidu par inversion de la dynamique. Exemple: la rubrique «Société» des grands journaux de nos jours ne traite *que* des catégories sociales résiduelles, parfois objets d'engouement public (criminels, drogués, stars), désignant le social comme reste[35].

Si la vocation du social est de produire et anéantir du reste, sa fonction consiste à «éponger le surcroît de richesse» par une sorte de «dilapidation contrôlée»[36]. Converti en espace d'accueil semblable à une «niche» écologique, le social met en place des structures de *gaspillage dirigé* à travers lesquelles la difficulté de vivre se transforme en «qualité de vie». L'assurance tous risques par exemple, équivalent de la vie perdue, devient grâce à la rhétorique publicitaire *le modèle de la vie réelle.* À travers la confusion du réel et du modèle provoquant un court-circuit par lequel le réel est hyperréalisé, la réalité est abolie dans sa simulation même: le social. Contre l'utopie socialiste de la redistribution parfaite, c'est la cynique Bernard Mandeville, l'auteur de *La fable des abeilles* (1714), qui semble avoir raison: seuls les riches peuvent faire vivre les pauvres. Si les vices privés (le gaspillage des riches) peuvent produire des effets publics bénéfiques (faire travailler les pauvres) pendant que les vertus privées (la

---

[32] *À l'ombre des majorités…, op. cit.,* p. 53.
[33] *De la séduction,* Paris, Galilée, 1979, p. 239.
[34] *Ibid.,* p. 245.
[35] *À l'ombre des majorités…, op. cit.,* p. 79.
[36] *Ibid.,* p. 81 et 84.

parcimonie, souvent voisine de l'avarice) ne donnent pas toujours le même résultat, force nous est de constater que la société se perpétue grâce au mauvais usage des richesses. Remplacer le gaspillage rituel et la dépense symbolique du superflu tels qu'ils sont pratiqués dans les sociétés archaïques par une dette publique sous haute surveillance (version négative de l'accumulation primitive, *privée,* du capital et des richesses), qui n'en existe pas moins et qui ne sera jamais résorbée, n'est sans doute pas la meilleure solution économique des sociétés en crise, déstructurées, dans lesquelles la confiance réciproque des citoyens a disparu.

Neutralisées par leur propre émancipation, qui les fige dans une socialisation-scénario où la panique côtoie l'inertie, les masses font converger, par les impératifs de la transparence, du consensus et de la polyvalence fonctionnelle, des attentes que la publicité et la propagande mettent en forme, au même titre et avec les mêmes objectifs. Puisque le pouvoir a disparu et que les masses sont devenues rétives à toute initiative politique, il faut les séduire! Tout comme les capitaux, les démocraties se décentralisent, se déconnectent, se dépolitisent et se déterritorialisent, sans proposer pour autant des projets de responsabilisation politique des citoyens. Les finalités majeures des démocraties contemporaines concernent, avant tout, la mise en place de l'intégration sociale complète par banalisation et simultanéisation pornographique de tous les discours. Si en feignant de vouloir ranimer la volonté politique défaillante des masses le pouvoir présente parfois le droit de vote comme «devoir électoral», le contact par simulation avec ce magma opaque, irreprésentable, est le sondage et le test. Dans les sondages, comme dans la logique des media et des hypermarchés, le principe du référent est remplacé par celui du référendum – réponse dirigée et vérification circulaire du code. Expression des «technologies douces» qui ont envahi tous les domaines (y compris celui du pouvoir), ces tests perpétuels dont la partialité est impossible à démontrer dissolvent, tel un acide dans un test chimique, la vigilance de la masse électorale[37]. La société fluide, «tactile» (sollicitant le toucher et la contact par l'information) et silencieuse est un monde où le temps même – lieu de conflits, de contradictions et d'antagonismes – se désagrège par une tactique de «dissuasion infinitésimale» qui l'empêche de mûrir, de porter des fruits, de «cristalliser»[38]. C'est d'ailleurs dans cette ambiance que les commémorations, excroissance de la mémoire et outil d'intoxication politico-médiatique, véritable «euphorie sous perfusion» selon *La gauche divine*, prennent pied au milieu de l'indifférence populaire. La fête commémorative est en tout semblable à la docilité des électeurs peu soucieux

[37] *La gauche divine. Chronique des années 1977-1984,* Paris, Grasset, 1985, p. 37. Par ailleurs, la fréquence de cette consultation incessante qui fait les délices du peuple, déjà habitué à cette expérience perverse de voyeur, fait que les sondages «tuent» les élections, qui «n'en sont plus qu'un cas particulier» (*Ibid.,* p. 128).

[38] *Ibid.*

de se faire représenter mais se bousculant quand même dans les isoloirs, *pour se débarrasser du pouvoir!* Les chefs politiques d'aujourd'hui sont élus justement parce qu'ils ne représentent rien. Et leurs discours, qui font alterner démagogie et provocations, ne font que donner prise à la méfiance généralisée qui, de nos jours, annonce ce que Pierre Rosanvallon appelle une lame de fond «contre-démocratique»[39]. Dans cette mécanique insolite, les voix se portent souvent sur des partis et des candidats sans programme cohérent, alors qu'il serait naturel qu'elles se focalisent sur un projet politique viable, éventuellement *contre* tout pouvoir ! Énorme démobilisation des masses – malgré la parade médiatique de leur mobilisation consentie -, qui fait écho à la défaite historique du prolétariat. En effet – les travaux de l'économiste américain Thorstein Veblen l'ont bien montré -, la classe ouvrière n'a pas de vocation révolutionnaire: le prolétariat ne veut pas prendre la place de la bourgeoisie, comme dans la vulgate marxiste, mais s'en rapprocher, *lui ressembler.* Sous l'enthousiasme révolutionnaire de Marx, le sociologue du XXe siècle peut détecter les rêves de confort et de bien-être de la future classe moyenne, exacerbés par la société de consommation.

Source et véhicule de messages, les media sont un dispositif intransitif, «antimédiateur», qui produit de la non-communication – si la communication est définie comme échange ou espace réciproque d'une parole et d'une réponse. Dans les media, expression du monopole de la parole, il n'y a pas de réponse, ce qui en fait l'incarnation d'un nouveau pouvoir: «celui qui peut donner *et à qui il ne peut être rendu*»[40]. Qui plus est, ils installent le contrôle social chez tout un chacun, - non pas comme instrument de surveillance mais sous la forme de l'interdiction de parole: «*la certitude que les gens ne se parlent plus*»[41]. D'autre part, en tant qu'outil de décompression des tensions et de contraction de la durée par exposition télévisuelle – ce qui est une sorte de massification de l'oubli -, les media anéantissent la singularité des événements et des actions au profit d'une image générale, désincarnée, véritable «solution finale à l'historicité de tout événement»[42]. En ce sens, l'Holocauste, devenu objet télévisé, n'est plus qu'un événement froid que les experts en communication s'ingénient à réchauffer: le «monstre froid» de l'extermination est convoqué, avec sa chaleur artificielle, pour mobiliser les foules autour d'images atroces et, ce faisant, pour «réchauffer le corps mort du social»[43]. La guerre du Viêt-nam, quant à elle, en dépit du flot d'images et d'analyses qui en font une défaite stratégique des États-Unis, n'a été qu'un «épisode de la coexistence pacifique» par la non-intervention de la Chine, marquant le passage entre le rêve de la révolution mondiale et

---

[39] Pierre Rosanvallon, *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*, Paris, Seuil, 2006.
[40] *Pour une critique…, op. cit.,* p. 208 [c'est Baudrillard qui souligne].
[41] *Ibid.,* p. 211.
[42] *Simulacres et simulation, op. cit.,* p. 77.
[43] *Ibid.,* p. 80.

l'alternance politique sous le signe d'un nouveau partage des forces et des influences. Comment expliquer sa dislocation facile, «spontanée», sinon par le recyclage de la subversion en coopération? Si l' «adversité des adversaires» n'existe plus, on peut dire, avec Orwell, que «la guerre, c'est la paix». Pour ce qui est de la grève de mai 68 en France, défi à la «mort immédiate» de l'université et voeu de sacrifice sans reste du savoir, asphyxiée par son extension médiatique, elle ne fut qu'une «involution violente du social» par domestication des énergies sauvages déchaînées dans un espace déterritorialisé. Suite aux événements, l'université, en état de pourrissement avancé, finit par devenir une «zone d'hébergement et de surveillance» destinée à une mort lente, à retardement[44]. C'est encore en ce sens que par la collusion de la publicité et des media dessinant un espace de la «publicitude» la culture de masse et le marché triomphant se rejoignent. Si le centre Beaubourg ressemble à un «incinérateur» jouant à la fois sur la désintégration culturelle et sur la dissuasion politique des usagers, le Forum des Halles est un véritable «sarcophage de la marchandise». Dans les deux, les objets font irruption à travers un processus d'accélération cyclique semblable à l'élan inlassable des consommateurs, peuple d'assaillants dont le mode de manifestation est *la ruée*: phénomène de masse spécifique, consacrant la mort de l'objet et sa réversion symbolique. Avec Beaubourg, la culture n'existe bel et bien plus, sauf comme béance du désir populaire ou comme «fascination active» incarnée par la masse «projectile» chez laquelle l'acte de consommation ressemble à s'y méprendre à un geste d'effraction ou de pillage[45]. Les deux enfin sont des dispositifs de «retotalisation contrôlée» où la masse des usagers est sensiblement égale à celle des produits. Stockage d'hommes et stockage de marchandises se répondent, le culturel et le biologique échangent leurs signes et l'hyperréalité des simulacres fait imploser par «densification» et mouvement centripète objets, désirs, états d'âme et de conscience, significations linguistiques et réalités historiques.

On ne saurait terminer sans évoquer le nouvel âge qui s'annonce dans l'histoire des media, celui de la «*dessimulation*»[46], dont l'exemple le plus virulent a été la «vidéo-production» de la révolution roumaine de décembre 1989. La mise en scène macabre par la télévision du faux charnier de Timişoara peut être interprétée comme un geste politique: susciter l'état d'esprit révolutionnaire chez un peuple déboussolé et terrorisé par des rumeurs concernant le retour en force des services de sécurité par inoculation télévisuelle d'un véritable «aphrodisiaque révolutionnaire»[47]. À y regarder de près, on peut cependant voir que dans ce mouvement de masse la rue, devenue «un prolongement du studio» (lieu virtuel des événements) finit par devenir *elle-même* un lieu virtuel «par confusion

---

[44] *Ibid.,* p. 111 et 215.
[45] *Ibid.,* p. 106.
[46] *L'illusion de la fin…, op. cit.,* p. 83.
[47] *Ibid.,* p. 87.

définitive de la masse et du medium, de l'acte et du signe»[48]. Le peuple révolutionnaire est devenu, par la grâce des media, un peuple télévisuel qui se voit faire la révolution – non comme image de ses rêves mais comme objet médiatique à consommer, où l'apparence *ne fait rien apparaître.* Inutile de chercher les responsables de cette désinformation inouïe qui a fait le tour de la planète. Dans le brouillard où l'information se confond avec sa source, la «fonction-image», suspecte par elle-même, tourne facilement à la «fonction-chantage». «Libérée», l'image a tous les droits, y compris celui de mentir !

Précession de la consommation sur la production et, dans la fabrication des objets, de la série sur le modèle (ce qui, pour certains, est un dispositif de relance économique); avènement des objets-signes et du sexe comme support de la libération de la femme dans un monde traversé quand même par la féminité, où l'homme est «marqué» par son sexe, partant fragile; prestige du crédit et de la mode comme signifiants du bonheur et de la beauté, de la publicité et des media comme instrument de libération des désirs: autant d'objets de réflexion que les livres de Baudrillard nous proposent, dans leur diversité et leur ouverture. Ni dialectique ni critique, la stratégie de lecture des événements mise en place par Baudrillard est définie, par l'auteur lui-même, comme «catastrophique». Si «toutes les énergies liées visent leur propre mort» - par libération -, seule la réflexion catastrophique peut fournir des repères à la pensée. «Il faut pousser les choses à la limite où tout naturellement elles s'inversent et s'écroulent», écrit Baudrillard dans *L'échange symbolique et la mort*[49]. Et si, comme l'indique *Pour une critique de l'économie politique du signe,* le renouveau des media passe par leur «destruction» en tant que système de non-communication, le traitement du *mal* (qui n'est pas le simple *malheur*) passe par le défi lancé à ce même système: «[…] un don auquel il ne puisse pas répondre sinon par sa propre mort et son propre effondrement»[50]. Tâche rude, que résume le texte-épilogue du *Crime parfait:* «Nous sommes devant une double tentative: celle d'un accomplissement du monde, d'une réalité intégrale – et celle d'une continuation du Rien (dont le livre fait partie). Toutes les deux sont vouées à l'échec. Mais tandis que l'échec d'une tentative d'accomplissement est forcément négative, l'échec d'une tentative d'anéantissement est forcément vitale et positive. C'est ainsi que la pensée, qui sait qu'elle échouera de toute façon, se doit de viser des objectifs criminels. Une entreprise qui vise des objectifs positifs ne peut se permettre d'échouer. Celle qui vise des objectifs criminels se doit d'échouer […]. Si le système échoue à être tout, il n'en restera rien. Si la pensée échoue à n'être rien, il en restera quelque chose»[51].

---

[48] *Ibid.,* p. 86.
[49] *L'échange symbolique…, op. cit.,* p. 11.
[50] *Ibid.,* p. 64.
[51] Le crime parfait, op. cit., p. 207.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

DIE POLITISCHE TÄTIGKEIT DER ELITEN UND DEREN EINFLUSS AUF DIE WAHLENTSCHEIDUNG

MIRELA ABRUDAN

Eliten sind politisch tätig, einerseits durch Formulierung und Vorstellung von Öffentlichkeitspolitiken mit wirtschaftlichem Charakter vor der Wählerschaft und andererseits durch die Leistung erhalten infolge deren Einsetzung. Angesehen, in erster Reihe, als eine *diadische Korespondenz* zwischen politischen Präferenzen der Wähler und Regierungspolitiken der Eliten, ist diese Art politischer Tätigkeit dazu bestimmt, ihre Legitimität zu gewinnen durch die Kongruenz (Topf 1995: 3, Brooks 1991) die die Entscheidungen mit verpflichtendem Charakter (*authoritative decisions*) in Bezug auf die Präferenzen der Wählerschaft aufweisen. Im Legitimierunsvorgang der politischen Macht ist die Abstimmung ein ständiges feed-back seitens der Wähler, mittels dessen die Elite ihre Politiken abhängig von den Anforderungen der Wählerschaft gestaltet oder den Anschein dieser Gestaltungsweise erzeugen. Durch die Abstimmung drücken die Wähler ihren Befriedigungs- bzw. Unbefriedigungsgrad hinsichtlich der Leistungen der Elite aus, Leistungen die abhängig von ihren Interssen oder Präferenzen wahrgenommen sind. Angesehen aus einer Perspektive der Inkongruenz zwischen politischen Präferenzen der Wähler und Regierungspolitiken erzeugt die politische Tätigkeit der Eliten – die gemäss der eigenen Wünsche und Präferenzen wirkt – unter den Wählern das was J. Brooks (1991) *demokratische Frustrierung* nennt. Die Beziehung zwischen Tätigkeiten der Eliten und Wünsche der Wählerschaft, aus der Hinsicht der Kongruenz vs Inkongruenz, wird besser verstanden infolge der Vorstellung der zwei gegensätzlichen Interpretationen der Wahlen und der Wahlstimmen u.z., die Volksanschauung und die Elitenanschauung. Aus Hinsicht der politischen Theorie wird die eben erwähnte Beziehung anhand von vier Darstellungsmodelle der politischen Macht (Heywood 1998:210) beschrieben u.z., das Vertreter-Mandatar Modell (*the delegate model*), das Vertreter-Ephor Modell (*the trustee model*), das Mandatenmodell (*mandate model*) und das neokorporative Modell (*resemblance model*). Diese Darbietung wird den Einfluss des Partisanats oder der rationalen Wahl nicht ausschliessen, sondern wird hinterfragen, wie die ökonomische Wahrnehmung ihren Einfluss ausüben und diese Typen von Wahlentscheidung ändern kann. Indem wir auch den möglichen Einfluss der Medien in diesem Kontext der Deutung des Wahlverhaltens mit einbeziehen, werden wir die Konzepte *politischer Sophisterei/Spitzfindigkeit* und *kognitiver Mobilisierung* (R. Dalton 1996:56)

analysieren, und davon abhängig werden wir auf zwei Achsen – das Partisanat und die kognitive Mobilisierung – eine mögliche Typologie der Wähler vorstellen (R. Dalton 1996:201). Sniderman (1998:167) gleich, werden wir zwischen zwei Wählerkategorien unterscheiden, die sich abhängig von ihren Informationsgrad differenzieren, wie auch von den kogniniv-entscheidenden Mechanismen die sie im Momemt der Wahlentscheidung anwenden.

1. Die systemische Perspektive. Die Beziehung zwischen Wahlpräferenzen und autoritären Entscheidungen

Es gibt bestimmte Hauptelemente, die in einem Kommunikationsprozess vorkommen.
1988 konstruierte K. Jackobson folgendes Kommunikationsmodell:

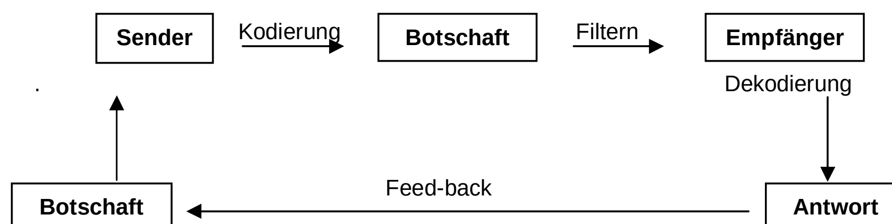


Abb.4. Kommunikationsmodell nach Jackobson

Quelle: Vorskacs, I.: *Modelul communicational al lui Jackobson* in *Politici de marketing*, editura Economica, Bucuresti 2000, S. 267

Wenn wir dieses Schema aus der Hinsicht der Beziehung zwischen Wahler und Elite interpretieren, und wenn wir diese Beziehung im breiteren Kontext der sozialen Struktur eingliedern, werden wir dieses Modell mit dem von David Easton (1965) angebotene Modell – bekannt unter den Namen *systemische Analyse* – assoziieren konnen. Innerhalb dieser Analyse ist der *Sender* der Wahler, welcher Anforderungen formuliert – *kodiert* – und das System unterstutzt. Diese Anforderungen werden den Schauspielern innerhalb des Systems ubermittelt anhand von *Kommunikationsfiltern*. Die Schauspieler aus dem politischen System sind die Leader die die Anforderungen empfangen oder *dekodieren* und sie in Entscheidungen umwandeln, die sie letztlich einsetzen. Das *feed-back* besteht in der Verwirklichung der Entscheidungspolitiken und in der Art in die die Performanz deren Verwirklichung den Befriedigungsgrad der Wahler beeinflusst. Abhangig von der Leistung der Politiken werden die

Wahler ihren Befriedigungs- oder Unbefriedigungsgrad durch Abstimmung ausdrucken und werden ihre Anforderungen neu formulieren.

Die Interpretation des Modells von David Easton problematisiert die Korespondenz die sich auf Niveau der Beziehung zwischen Wahlern und Kandidaten feststellt, zwischen politischen Praferenzen der Wahler und die von den Eliten verabschiedeten Politiken.

Dann wenn sich die Distribution der politischen Praferenzen in der Distribution der Standpunkte der Eliten wiederfindet, konnen wir von *kollektiver Korespondenz* sprechen (R. Weissberg, umschrieben von Dalton 1996:240). Dalton sprach uber ein Abkommen zwischen Burger und Elite, das unterschiedliche Verhaltensweisen auf Niveau der zwei Polen der Beziehung einbeziehen konnte. In gewissen Falle konnten die Eliten ihre Aufmerksamkeit auf die Erziehung der Praferenzen des Publikums in der von ihnen gewunschten Richtung konzentrieren. In anderen Situationen konnen die Meinungen der Wahler von den Entscheidungen die die Eliten treffen verschieden sein und es konnte sein, dass die Eliten in der von ihnen gewunschten Richtung handeln, unabhangig von dem was sich die Wahlerschaft wunscht. Zugleich ist es moglich, dass die Praferenzen fur Politiken nicht aquivalent mit dem Ergebnis der Einsetzung der Politiken sind. (Dalton 1996:240-241)

In diesem Kontezt werden wir die Beziehung zwischen Wahlpraferenzen und autoritaren Entscheidungen der Eliten aus zwei Stanpunkten interpretieren: aus der Hinsicht der Konsistenz/Bestandigkeit dieser Beziehung werden wir das Konzept *diadischer Korespondenz* besprechen (Dalton 1996:244) – systematische Erorterung; und aus der Hinsicht der Inkonsistenz dieser Beziehung werden wir die Theorie bezuglich *demokratischer Frustrierungen* ausdiskutieren (Brooks 1991:109) – wobei sich deren Erorterung mittels der politischen Theorie ereignet.

1.1. Die diadische Korespondenz

Die kollektive Korespondenz zwischen offentlichen Meinungen gegenuber den Themenkreisen und Entscheidungsaktionen schliesst keinen kollektiven Prozess ein. Weissberg definiert die Ubereinstimmung zwischen Meinungen der Wahlerschaft und Eliten durch den Begriff *diadische Korespondenz*. (Dalton 1996:244)

Im Studium der Beziehung zwischen Burgern und Eliten, im doppelten Sinn, haben die Forscher den Gesetzgeber fur Hauptschauspieler der diadischen Bindung gehalten.

Warren Miller & Donald Stokes (1993, umschrieben von Dalton 1996:245) haben ein Modell dieses komplexen Darstellungsprozesses der Ubereinstimmung zwischen Wahlpraferenzen und autoritaren Entscheidungen entwickelt. Die Forscher haben zwei Wege gefunden auf denen die Wahler das Verhalten ihres politischen Vertreters durch Wahlrecht beeinflussen konnen.

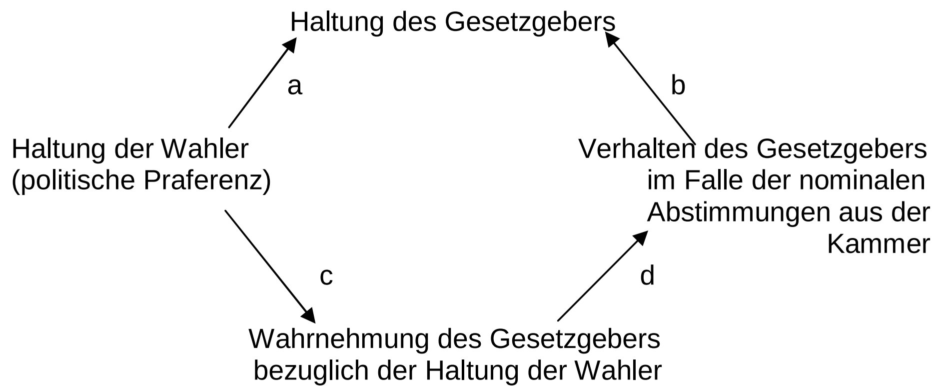


Abb.5. Darstellungsmodell der Beziehung zwischen Wahlpraferenzen und autoritaren Entscheidungen nach Miller & Stokes

Quelle: Dalton, R.J.: *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Western Democracies*, Chatham House Publishers, New Jersey 1996, S. 245

a) Dieser Weg definiert die Beziehung durch die der Wahler seine Praferenzen gegenuber dem Gesetzgeber ausdruckt und dem letzteren durch seine Wahlstimme die politische Macht erteilt, seine Praferenzen in Entscheidungen mit verpflichtendem Charakter umzuwandeln. Die Wahlerschaft kann jederzeit seine Praferenzen andern und die Elite muss hinsichtlich dieser Anderungen aufnahmefahig sein.
b) Einmal gewahlt, befolgt die Elite genau die Anweisungen der Wahlerschaft und gewinnt somit die Reprasentativitat ihrer Entscheidungen und Handlungen. Durch diese Haltung wird die politische Legitimitat der Machtinstitutionen und die Autoritat der Bevollmachtigten verstarkt. Das Mandat uber das die Elite verfugt ist imperativ, insofern die Wahlerschaft jederzeit das Recht hat, die Gesetzgeber fur die Unerfullung der Wahlversprechungen zur Verantwortung zu ziehen.
c) Die zweite Plattform beruht auf eine Vertrauensbeziehung zwischen den politischen Aktionen der mit legitimen Macht bevormundeten Leader und den Wunschen der Wahlerschaft. In diesem Modell formuliert die Wahlerschaft nicht Anforderungen die sie der Elite unabhangig von deren Optionen zu befolgen aufzwingt. Die Wahlerschaft entscheidet sich fur diejenigen Leader, die sie glaubt ihre Interessen am besten zu vertreten, und haben Vertrauen, dass die getroffenen Entscheidungen nicht deren eigenem Wohl dienen, sondern im Interesse der Wahlerschaft sind.

d) Bevor sie mit der politischen Funktion, das ihr die Autoritat des Entscheidungtreffens verleiht, bevollmachtigt wird, ubernimmt die Elite die Verantwortung der Einhaltung der Wahlversprechungen – die gemass der Wahlpraferenzen formuliert wurden. In diesem Fall ist das Mandat reprasentativ, da die Reprasentativitat der politischen Entscheidungen der Leader wichtig ist, und nicht die standige Kontrolle der Wahlerschaft hinsichtlich der Tatigkeit der Eliten.

Weiterhin werden wir aus den zwei eben erwahnten Standpunkten die Volks- und Eliteninterpretation der Wahlen und der Wahlstimmen darstellen, um zu verstehen, wie die Wahlentscheidungen auf dem politischen Prozess der Entscheidungsnahme wirken, u.z. aus systemischer Hinsicht.

1.2. Die Interpretation der Wahlen und der Abstimmung

Aus systemischer Hinsicht befindet sich die Wahlerschaft in erster Reihe in dem politischen input, wo sie ihre Praferenzen ausdruckt, ihre Anforderungen aufstellt, die Unterlage fur den Prozess der politischen Entscheidungsnahme liefert. Diese Entscheidungen treffen die Eliten innerhalb des politischen Systems anhand spezifischer Mechanismen und Verfahren, d.h. anhand der von der Gesetzgebung des Systems vorgegebenen Regeln. Auf Niveau des politischen Prozesses handeln die Eliten, gemass den Ressourcen uber die sie verfugen, in Richtung der Ausformulierung der Politiken die eingesetzt werden sollen. Das Ergebnis deren Einsetzung wird auf die Wahlerschaft wirken, die sich jetzt im output befindet. Das feed-back ist die Antwort, die Reaktion die des Wahler zuruck an die Elite uberweist, indem er seine Anforderungen neu formuliert, den Befriedigungs- bzw. Unbefriedigungsgrad ausdruckt, hinsichtlich der Art in der die Einsetzung der Politiken seine Lebensweise und seinen wirtschaftlichen Wohlstand beeintrachtigt hat. Das eben Gesagte kann folgenderweise dargestellt werden:

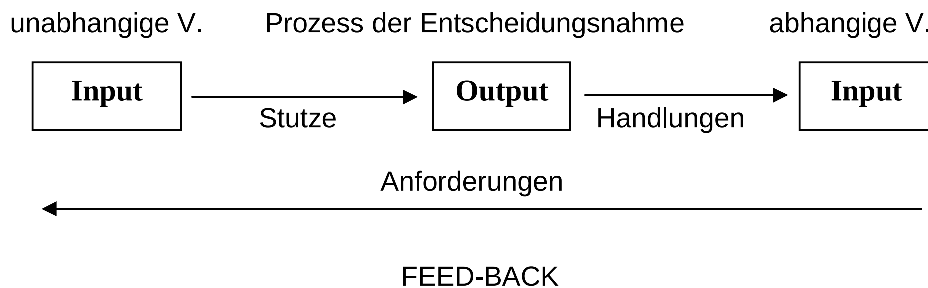


Abb.6. Modell der Korespondenz zwischen Wahlpraferenzen und Elitenentscheidungen

Quelle: bearbeitet nach Hague, R./Harrop, M./Breslin, S.: *Comparative Government and Politics. An Introduction*.,3. Aufl., The Macmillan Press Ltd./Comparative Government & Politics., Houndsmill 1993, S. 34.

Die Beziehung die sich auf dem Niveau des politischen inputs und outputs festlegt, zwischen den politischen Praferenzen der Wahlerschaft und die von den Eliten getroffenen Entscheidungen verwirklicht nur idealer Weise eine perfekte Korespondenz. In diesem Kontext werden wir die Wahlen und die Abstimmung aus der Volksperspektive (oder die Volksauffassung uber Demokratie) interpretieren und aus der Elitenperspektive (oder die Elitenauffassung uber Demokratie).

1.2.1. Die Volksaufassung über Demokratie

Gemäss dieser Auffassung wandeln die Bürger ihre Bedürfnisse und Präferenzen in Anforderungen um, die Befehlen gleich, ubermittelt vom input zu den Schauspielern aus dem politischen System, wirken werden. Diese offentlichen Wunsche vertreten gewisse Stellungen der Burger hinsichtlich von Problemstellungen, die sie oft in Form von Haltungen ausdrucken, in Form von Meinungen uber das politische System oder sogar in Form von Links- oder Rechtsgesinnungen. Diese themengerichteten Stellungen sind von den Schauspielern aus dem politischen System ubernommen, gemass der Hierarchie ihrer Bedeutung fur die Burger verarbeitet und werden in Entscheidungen und Pflichtaktionen auf Regierungsniveau umgestaltet. Deren Einsetzung durch Politiken wird die Antwort der Eliten auf die Anspruche der Burger darstellen. Je besser die Ergebnisse (*outcomes*) die Verwirklichung der Anforderungen der Burger aus dem input wiederspiegeln, desto mehr Legitimitat hat das politische System und die politischen Leader haben eine grossere politische Reprasentativitat.

Die zweite Art die Regierungspolitik zu beeinflussen, die wir in diesem Kontext analysieren werden, ist die Abstimmung. Die Abstimmung erfullt die Kontrollfunktion der diadischen Korespondenz zwischen politischen Praferenzen der Burger und Regierungspolitiken. Die Wahlstimme ist das feed-back, ubermittelt als Antwort auf den von den Burgern empfundenen Befriedigungs- oder Unbefriedigungsgrad infolge der Einsetzung der Regierungspolitiken. Die Wahlen – sagte Dalton (1996:143) – sind das am besten passende Mittel, durch das die individuellen politischen Praferenzen in einer *kollektiven Entscheidung* umgestaltet werden. Diese kollektive Entscheidung ist, einerseits, das Ergebnis der Betonung und der Anhaufung der in Wahlstimmen umgeformten individuellen Praferenzen. Andererseits ist die Abstimmung das Mittel durch das dem System politische Legitimitat zugeschrieben wird, durch die Auswahl dessen der die Interessen der Burger wahrend seines Mandats vertreten wird.

Um diese Legitimitat zu behalten werden die Leader die von ihnen in der Kampagne eingegangenen Verpflichtungen einhalten mussen, die sie durch die in den Wahlplattformen dargestellten informativen Pakete ausgedruckt haben. Diese ist die Grundbedingung ihrer politischen Reprasentativitat. In dem Fall, wenn die Leader durch ihre Regierungsaktionen nicht mehr die Interessen der Burger wiederspiegeln werden, sondern nur die eigenen Interessen verfolgen, werden sie nach dem Abschluss des Mandats durch Abstimmung von den Burgern sanktioniert werden. Diese Verhaltensweise wird Ergebnis der Art sein, in der die Burger den Inhalt und die Wirksamkeit der Regierungspolitiken wahrnehmen, Wahrnehmung hervorgerufen von dem Bezug der personlichen Bedurfnisse, Praferenzen und Interessen auf die Art und Weise in der diese befriedigt wurden oder nicht infolge der Einsetzung politischer Entscheidungen mit Pflichtcharakter.

Wenn wir diese Auffassung aus der Hinsicht der Nachfrage-Angebot Beziehung analysieren, werden wir behaupten dass, in diesem Fall, die Nachfrage der Wahlerschaft das Angebot auf dem Niveau der Entscheidungen der politischen Elite bestimmt. Was wichtig ist, ist die Pertinenz mit der die Wahlerschaft an die Elite seine Anforderungen uberweist und die Art und Weise in der die letztere die der Annahme und Einsetzung der Politiken notigen Ressourcen investiert.

1.2.2. Die Elitenauffassung über Demokratie

Gemass dieser Auffassung werden die politischen Anforderungen und Praferenzen der Burger nach dem Wunsch der politischen Leader umgeformt. Abhangig von den Merkmalen und Praferenzen der Wahlerschaft richten die politischen Fuhrer ihre Botschaft an gewisse Wahlersegmente hinsichtlich denen sie ausdrucklich ihre Optionen und Interessen definieren. Zur Erhaltung der politischen Legitimitat ubermitteln die Fuhrer den Anschein der Kongruenz der politischen Entscheidungen mit den Wahlpraferenzen. In Wirklichkeit handeln die politischen Fuhrer nicht in der von den Wahlern gewunschten Richtung, weil die offentliche Meinung keine Rolle spielt. Wahrend der Wahlkampagne werden sie als Ziel die Gestaltung der politischen Praferenzen der Wahler verfolgen bis diese zur Schlussfolgerung kommen, dass die Wunsche der Politiker die eigenen Wunsche sind. In diesem Augenblick wird die offentliche Agenda mit der politischen Agenda ubereinstimmen, und die Medienagenda wird die politische Agenda treu wiederspiegeln. Die Nachfrage der Burger ist nicht mehr diejenige die den Prozess der Entscheidungsnahme verursacht und bedingt, sondern das Angebot bestimmt die Beziehung Wahler-Kandidat auf dem Wahlmarkt. Dadurch dass die Elite nicht weiter politische Entscheidungen trifft, die den Praferenzen der Wahler entsprechen, hat auf Niveau der Beziehung input-output ein systemischer Bruch stattgefunden,

insoweit das was dem politischen Vorgang zugrundeliegt die Entscheidungen sind, die die Eliten innerhalb des Systems treffen und diese in Regierungspolitiken transponieren. Die Ergebnisse ihrer Einsetzung in der Umwelt werden seitens der Wahler den Ausdruck von Anfordrungen veranlassen, sowie die Vermittlung von Unterstutzung fur die politischen Aktionen der Leader aus dem inneren des inputs. Das Modell von Easton hat sich folgenderweise umgestaltet:

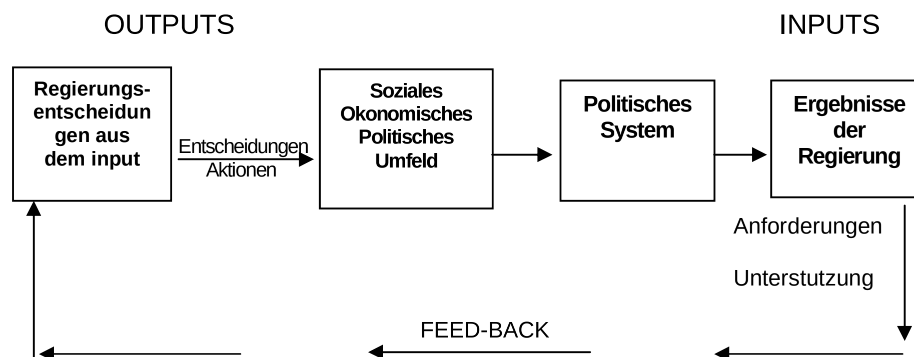


Abb.7. Modell der Korespondenz zwischen Wahlpraferenzen und Regierungsentscheidungen in der Elitenauffassung uber Demokratie

Quelle: Roskin, M.: *Political Science. An Introduction*, 6. Aufl., Pretince Hall International Inc., 1997, S.48

Folglich wird die Wahrnehmung der Burger gegenuber der Leistung der politischer Aktionen, die die Elite wahrend der Kampagne projeziert, davon abhangig sein, wie gut der politische Kandidat das Wahlangebot im System der Werte, Glauben, Praferenzen der Wahler platziert. Falls es den politischen Fuhrern nicht gelingt, durch das vorgeschlagene Angebot den Wunschen der Wahler entgegenzukommen, werden diese nicht uberzeugt sein, dass die in der Kampagne erorterten Themenkreise nicht nur ein Mittel zur Gewinnung einer privilegierten politischen Stellung darstellen, anhand dessen die eigenen Interessen verfolgt werden. (Dalton 1996)

Trotz all dem, egal wie uberzeugt die Wahlerschaft sein wird, dass die gewahlten Fuhrer im Interesse der Offentlichkeit handeln werden oder nicht, konnte es sein, dass die politischen Leader vorangehen, Entscheidungen mit Pflichtcharakter zu treffen unabhangig von den Wunschen der Wahlerschaft.

Um besser zu verstehen, wie diese Beziehung funftionieren kann, um zu sehen welche die moglichen normativen Modelle sind, werden wir

weiterhin, aus der Hinsicht der politischen Theorie, die Art und Weise analysieren, in der die Elite von der Wahlerschaft mit politischer Macht investiert sein kann, sowie auch die Kongruenz vs Inkongruenz der wahrend ihres Mandats verabschiedeten politischen Entscheidungen.

2. Die Perspektive der politischen Theorie. Vier Darstellungsmodelle der politischen Macht

So wie wir am Anfang dieses Kapitels angedeutet haben, gestaltet sich diese Art von Kommunikation, die durch die Tatigkeit der Eliten festgelegt wird, entweder als eine Kongruenzbeziehung zwischen Praferenzen der Wahler und Politiken der Eliten, oder als eine Inkongruenzbeziehung, wenn die Praferenzen der Wahlerschaft sich von den Politiken der Eliten unterscheiden, die ihre Tatigkeit unabhangig von den Wuschen der Wahler fortsetzen.

Diese Art von Beziehung und die Weise in der die Reprasentativitat verstanden wird, werden abhangig von den spezifischen Merkmale vorgestellt denen ihnen in den vier Reprasentationsmodellen der Macht zugeschrieben werden. Dementsprechend differenzierte A. Heywood (1998:207-210):

1. das Vertreter-Efor Modell (the trustee model)
2. das Vertreter-Mandatar Modell (the delegate model)
3. das Modell der Bevollmachtigung durch das politische Mandat (the mandate model)
4. das neokorporative Modell der Machtreprasentation (the resemblance model)

1.Das Vertreter-Efor Modell (trustee model) hat starke elitistische Implikationen: die politischen Fuhrer, einmal ausgewahlt, konnen ihre Interessen ausuben gemass der Ansicht, dass die Wahlerschaft nicht weiss, was sie der Elite hinsichtlich ihres Handelns mitteilen soll, damit diese im Interesse der Wahler handelt. Diesem Modell liegt die liberale Theorie uber Machtreprasentation zugrunde, entwickelt von John Stuart Mill. Der Philosoph war der Meinung, dass nicht alle Burger gleiche Wahlrechte haben sollten und dass diese Verteilung der Wahlmacht unter den Wahlern das Ausbildungsniveau deren die ihre Fuhrer wahlen als Selektionskriterium haben sollte. Die im politischen Bereich sehr gut gebildeten Wahler werden diejenigen sein, die rational abstimmen werden, indem sie diejenigen unterstutzen die zu ihrem Wohl handeln und nicht nur die, die Standpunkte ausdrucken welche mit den Praferenzen der Wahler ubereinstimmen. Das Modell unterstutzt die Idee, dass die Ungebildeten den Gebildeten erlauben, ihnen zu zeigen, was zu ihrem Wohl ist. Diejenigen die uber die meisten Ausbildungsjahre verfugen waren die profesionellen Politiker. (Heywood 1988:208)

Die auf diesen Modell ausgeubte Kritik bezog sich auf folgende Aspekte:

a) hat gegendemokratische Implikationen dadurch, dass die Politiker es fur einen Fehler halten, die Wahler die nicht uber minimale politischen Kentnisse verfugen abstimmen zu lassen.
b) Der Zusammenhang zwischen Reprasentativitat und Ausbildung ist problematisch: trotz der Tatsache, dass die Ausbildung ein Indikator fur das Verstandnis politischer und okonomischer Probleme ist, heisst das nicht, dass die Politiker nicht fahig sind zu beurteilen, was fur die Wahlerschaft das Beste ist.

Somit, wenn die Politiker Werturteile auslassen konnen, was die Ausarbeitung und Einsetzung der Politiken anbelangt, existiert keine Garantie dafur, dass diese nicht im eigenen Intresse eingesetzt werden.

Aus der Analyse dieses Modells konnen wir annehmen, dass die systemische Analyse bezuglich der Elitenauffassung als philosophische Unterlage die Merkmale des Vertreter-Efor Modells hat.

2.Das Vertreter-Mandatar Modell (the delegate model) beruht auf die Beauftragung einer Person, dass im Interesse dessen oder denen die ihn beauftragen handelt, indem sie ihre Anweisungen genau befolgt. Seitens dieser Person wird erwartet, gemass der Praferenzen deren die sie beauftragt haben zu handeln und die Macht mit der sie ausgestattet wurde – der Vertretung der Interessen der Auftraggeber – nicht im eigenen Interesse einzusetzen (Heywood 1988:208). Die Beauftragung beruht auf Mechanismen mittels denen sich die Burger versichern, dass die gewahlten Politiker gemass der Standpunkte und Interessen der Wahler handeln werden.

Zur Unterstutzung der Autentizitat des Beauftragungsvorgangs haben die Anhanger dieses Modells, als Zusatzmittel zur Ausubung des Einfusses des Publikums auf die Elite (Heywodd 1988:209), das *Fur-* oder *Gegen*-R*eferendum* vorgeschlagen, das ein Ausserungsmittel darstellt zur Unterstutzung oder auch Missbilligung einer angenommenen Politik oder Tatigkeit dessen der die Funktion hat, was den Inhalt der Politiken angeht und die vom *incumbent* erhaltene Leistung in einem bestimmten Bereich der Offenlichkeitspolitiken. Die Vorteile dieses Zusatzmittels der Machtbeauftragung besteht darin, dass die Burger die Macht der gewahlten Regierung kontrollieren konnen, indem sie sich versichern, dass den politischen Leadern standig die Anderungen in den Praferenzen der Wahlerschaft zur Kentnis gebracht werden. Das Referendum tragt gleichzeitig zur Verstarkung der politischen Legitimitat bei, da die von der Elite getroffenen autoritaren Entscheidungen eine sehr grosse Reprasentierungskraft der Interessen deren haben, die sie gewahlt haben. Die Reprasentativitat der Macht verwirklicht sich dann, wenn die auf Niveau der Gesetzgebung erarbeiteten Entscheidungen in Regierungspolitiken umgesetzt werden, die

dazu bestimmt sind die Interessen und Anforderungen der Wahler grosstenteils zu befriedigen. Die Nachteile des Referendums und eingeschlossen dieses Modells bestehen darin, dass die Eliten zu viel der Verantwortung der Wahlerschaft uberlassen: zu entscheiden wer, wie und wie lange regieren wird. Die von den Wahlern ausgedruckten Praferenzen konnten mit denen der Elite im Konflikt sein, jedoch ist die Elite dazu gezwungen, gemass den Wunschen derjenigen die sie gewahlt haben zu handeln. Oft konnen die Anspruche deren, denen es an Ausbildung, an Erfahrung mangelt, oder empfindsam gegenuber der Einflusse der Medien sind, widerspruchlich und verzerrt sein, und reduzieren somit die Politiken zu einfachen Antworten der Art *ja/nein*.

Brooks (1991, umschrieben von Heywood 1988:201) befurchtete im Zusammenhang mit diesem Modell, dass die Beauftragten immer mehr dazu neigen, auf den *staff* der politischen Elite zu horen und weniger auf die Wahler. Diese Einstellung entmutigt die Wahler, die schtrittweise ihre Verwicklung begrenzen und den Wusch, dass ihre Praferenzen in politischen Entscheidungen mit autoritarem Charakter umgesetzt werden.

Aus der Analyse dieses Modells konnen wir schliessen, dass die systemische Analyse bezuglich der Volksauffassung die Merkmale des Vertreter-Mandatar Modells als philosophische Grundlage aufweist.

3.Das Modell der Bevollmachtigung mittels des politischen Mandats (the mandate model) – oder des Regierungsmandats (*governing mandate*), bzw. des Mandats zur Verabschiedung der Politiken (*policy mandate*) – beruht auf die Idee des Mandats, verstanden als eine Anweisung oder Befehl die der Regierungspartei mitgeteilt wird.

Die ersten zwei Modelle, die eben vorgestellt wurden, sind vor dem Auftauchen der modernen politischen Parteien erschienen. Gleichzeitig mit diesem Reprasentationsmodell der politischen Macht stellen sich die Parteien und eingeschlossen die politischen Leader als unabhangige Schauspieler vor. Ubrigens waren die Kandidaten selten aufgrund ihrer Eigenschaften gewahlt; vorrangig war die sie unterstutzende Partei und die Unterstutzten brachten zur Kenntnis der Wahlerschaft das Programm der von der Partei vorgeschlagenen Politiken. In diesem Fall waren eher die Parteien und weniger die Leader die *Vertretungsagentur* der offentlichen Interessen. Die Politiker dienen der von der Partei getroffenen Entscheidungen, jedoch ubernehmen sie nicht die von den anderen Parteimitgliedern ausgelassenen Urteile mit denen sie nicht einverstanden sind. Sie sind nicht ein einfaches Kommunikationskanal fur die Interssen der Partei, aber sie behalten ihre Loialitat gegenuber der Partei.

Das Modell redet ein, dass die Wahler die Parteien anhand der vorgeschlagenen Politiken und Themenkreise selektieren:

Die Wahler sind nicht stets rational, scheint dieses Modell auszusagen. Sie konnen von einer Vielzahl anderer Faktoren beeinflusst werden, wie z.B. die Personlichkeit der Leader, das Image der Parteien, das System von Uberzeugungen und sozialen Bedingungen. (Heywood 1988:209)

Deshalb mussen die Parteien so gut wie moglich ihre Botschaft im Praferenzensystem der Wahler positionieren, um diesen den Eindruck zu vermitteln, dass die Politiken die sie verabschieden werden die treue Wiederspiegelung der Wahlwunschen sind.

Das Modell der Bevollmachtigung durch das Mandat begrenzt jedoch die Regierungspolitiken auf die Positionen und Vorschlage der Partei aus der Zeit der Kampagne und lasst nicht die Moglichkeit ihres Zurichtens ein, im Hinblick auf die neuen Wunsche der Wahlerschaft. Im gegebenen Fall ist das Modell defizitar, insoweit es keine Rettungsmoglichkeit anbietet fur die Situationen von finanziellen oder internationalan Krisen.

Ausser der Tatsache, dass die politische Funftion im Besitz der poltischen Parteien eintretet, stellt dieses Modell eine Mischung der ersten zwei dar: die Tatsache, dass die Wahlerschaft ihre Praferenzbefriedigung der Verantwortung der Eliten anvertraut, bringt dieses Modell in der Nahe des Mandatar-Efor Modells. Dadurch, dass sich die Elite mindestens im Anschein mit den Wahlerpraferenzen beschaftigt, nahert es dem Vertreter-Mandatar Modell an. Der einzige Unterschied wurde darin bestehen, dass nach der Bevollmachtigung der Elite mittels dem Mandat nicht mehr die Moglichkeit besteht, dass die Entscheidungen entsprechend der neuen Anforderungen der Wahlerschaft verandert werden konnen. In diesem Fall sprechen wir uber ein representatives Mandat.

4.Das neokorporative Modell (the ressemblance model) ist vor allem von denen benutzt, die Meinungs- oder Marktumfragen durchfuhren.

In diesem Modell ist die Art und Weise wie die Vertreter gewahlt sind weniger wichtig u.z. interessiert mehr die Art auf der sie die Interessen und Praferenzen der spezifischen Gruppen aus der Gesellschaft vertreten. Aus der Hinsicht dieser Definition konstituiert sich die reprasentative Regierung als ein Mikrokosmos einer breiteren Gesellschaft und besteht daher aus den Mitgliedern aller Gruppen und Organisationen die sich in der Gesellschaft wiederfinden. Dieses Modell erwahnt, dass nur die Wahler die Teil einer Gruppe sind, deren Lebenserfahrung sie teilen, sehr klar ihre Interessen identifizieren konnen. Wenn alle politischen Vertreter die Interessen einer einzigen Gruppe hervorbringen wurden, wurde das Ergebnis die soziale Teilung und der Konflikt sein, ohne dass einer der Gruppenmitglieder beweisen konnte, dass diese Interssen den gemeisamen Wohlstand der Gesellschaft vertreten.

Wenn wir daran denken, dass die Wahlerschaft in Zielgruppen oder in Audienzen – gerichtet nach Themankreise (*issue publics*) – eingeteilt ist, konnten wir von einer Projezierung dieser Segmentierung auf Niveau der politischen Entscheidungen sprechen.

Bevor wir eine andere Interpretation der Beziehung zwischen Praferenzen der Eliten und deren der Wahler darbieten, werden wir den Begriff *politischer Legitimitat* aufgreifen, so wie er in der Fachliteratur definiert wurde. Im Rahmen der politischen Theorie werden wir an die Beziehung Elite-Wahler anhand dieses Begriffs herangehen, der aus der Blackwell Enzyklopadie folgenderweise definiert wurde:

> Die Legitimitat ist die Beziehung zwischen Burgern und Staat; sie beruht auf ethische Prinzipien (d.h. eine Regierung ist legitim wenn sie mit gewissen demokratischen Prinzipien ubereinstimmt) und auf das Vertrauen das die Gefuhrten den von den Fuhrern getroffenen Entscheidungen widmen. (Blackwell 2000:298)

Um jedoch die Legitimitat zu erhalten, ist die Schaffung der Kongruenz zwischen politischen Praferenzen der Wahler und entscheidungsbetreffenden Aktionen der Eliten notig. Wir konnen allerdings auch von einem Legitimitatsmangel sprechen, dann wenn zwischen den Wahlerpraferenzen und Aktionen der Elite nicht mehr uber eine Kongruenz die Rede sein kann.

Weiterhin werden wir drei Interpretationsweisen der Beziehung zwischen Wahlpraferenzen und politischen Entscheidungen darstellen.

2.1. Die Repräsentativität politischer Entscheidungen: drei mögliche Interpretationsweisen

In einem Artikel aus *Western Political Quarterly* problematisierte Brooks (1991), von den Reprasentationsmodellen ausgehend, die Beziehung zwischen politischen Praferenzen der Wahler und die von den Eliten getroffenen Entscheidungen, aus der Hinsicht deren Kongruenz oder Kongruenzmangel. Sich auf die Reprasentationsmodelle beziehend, insbesondere auf das des Mandaten, prasentiert Brooks (1991:34) drei Theorien:

1. die Theorie des gekünstelten Konsenses
2. die Theorie der demokratischen Konexion
3. die Theorie der demokratischen Frustration

1. Somit, entsprechend der *Theorie des gekunstelten Konsen*s, stellt sich die offentliche Meinung als ein Werk der Regeln und Interessen der *bussines oriented* Eliten dar. Das heisst, dass die Eliten eine direkte Kontrolle auf den Prozess der Meinungsbildung haben, sowie auf den Sozialisationsprozess der Wahlerschaft. Somit sind die Praferenzen der Wahler das Ergebnis eines Manipulationsprozesses, das die Wahlpraferenzen und die politischen Entscheidungen mit Pflichtcharakter, zwischen denen keine sehr grosse Kongruenz besteht, einbeschliesst (Brooks 1991:34). Wenn

wir diese Darstellungsweise mit der der Reprasentationsmodellen der Macht in Verbindung setzen, werden wir eine starke Korelation dieser Theorie mit dem Vertreter-Efor Modell (*trustee model*) bemerken.

2. Die Theorie der demokratischen Konexion bietet eine pluralistische Auffassung der Distribution der politischen Macht. Die offentliche Meinung wird als substanziell und autonom wahrgenommen, fahig im bedeutenden Ausmass die Politiken zu beeinflussen durch verschiedene Verbindungen zwischen offentlicher Meinung und Aufnahmebereitschaft deren die die Politiken ausformulieren. Aus der Hinsicht der Reprasentationsmodelle entspricht diese Theorie dem Vertreter-Mandatar Modell, gemass welchem die Beziehung zwischen Wahlpraferenzen und politischen Entscheidungen eine verursachte Beziehung sei, in der die Praferenzen die Ursache verkorpern und die Entscheidungen den Effekt.

3. In Wirklichkeit, behauptet Brooks (1991:41), keiner dieser Modelle lasst sich empirisch uberprufen:

> Die offentliche Meinung ist eine komplexe Mischung die eine Vielzahl politischer und okonomischer Machte wiederspiegelt. …die offentlichen Praferenzen konnen sich oft sehr stark von den Wunschen der Eliten unterscheiden durch eine Vielzahl von Themenkreise, wie sich auch die von den Eliten verabschiedenen offentlichen Politiken kategorisch den Wuschen der Offentlichkeit, in den meisten Fallen, widersetzen konnen. Wenn die Wunsche der Offentlichkeit denen der Eliten nicht entsprechen, hat im allgemeinen die Offentlichkeit keinen Erfolg in der Verwirklichung ihrer Interessen und deren Materialisierung in offentliche Politiken. (Brooks 1991: 41)

Die Tatsache, dass es eine derart grosse Diskrepanz zwischen Wahlpraferenzen und Wunschen der Eliten gibt, und diese Differenz sich nicht verringert, da die Eliten vorangehen werden, dieselben Entscheidungen zu treffen unabhangig von den Wunschen der Wahlerschaft, veranlasste Brooks (1991:45) uber *demokratische Frustration* zu sprechen. Die Inkongruenz zwischen Elite und Offentlichkeit wird von Brooks (1991) anhand der Differenz zwischen den Themenkreisen mit distributiven Charakter gemassen (wie z.B. die Zuruckweisung des Wohlstands, des Eigentums, die Einhaltung politischer Rechte), bzw. die nondistributiven Themenkreisen (die keine Politiken okonomischer Natur einbeschliessen). Es konnte sein, nimmt Brooks an (1991:50), dass die themengerichteten Praferenzen der Wahlerschaft fur distributive Politiken einiger Krafte gleich auf die politischen Entscheidungen wirken und eine ungleiche Distribution in der Zuweisung der politischen Gewalt verursachen. Im Gegenteil, mehr als in anderen Falle konnte es aber sein, dass die Elite gegen den Praferenzen der Wahler handelt und eine Steigerung der Intensitat der demokratischen Frustration hervorruft. Deshalb, behauptete Brooks, registriert man eine bedeutende Steigerung

der Frustrationen im Bereich der redistributiven Politiken, und diese Frustrationen verscharfen sich wahrend der Wahlkampagne.

Zwischen den Vorrangigkeiten der Elite und Offentlichkeit besteht keinerlei Kausalbeziehung, da es moglich sei, dass diese Beziehung auch nicht von der Elite zum Publikum hin funktioniert:

> Es ist moglich, dass die von der Elite in Richtung des Publikums ausgelassen Themenbereiche nicht dieselben Praferenzen fur gewisse Themenbereiche und dieselben Wunsche zu deren Einsetzung hervorrufen. (Brooks 1991: 50)

Brooks Sclussfolgerung (1991:51) ist, dass von den drei Modellen – des gekunstelten Konsens, der demokratischen Konexion und der demokratischen Frustration – das letzte am glaubwurdigsten bleibt, insofern:

1. der gekunstelte Konsesns nur moglich sei, mittels der wirksamen Bemuhungen der Regierung und der nichtregierenden Eliten die offentliche Meinung so zu strukturieren, dass sie mit den Praferenzen der Eliten einverstanden ist.

2. die demokratische Konexion druckt eine falsche Kongruenz der Beziehung zwischen Wahlpraferenzen und autoritaren Entscheidungen aus, da die Elite nur den Anschein gibt, gemass der Wunsche der Wahler zu handeln, wahrend sie in Wirklichkeit nur die eigenen Interessen verfolgt.

3. was unbestritten bleibt, ist das Modell der demokratischen Frustration, weil die Elite die Wahlpraferenzen nicht beachtet, und in vielen Fallen scheitert sie in der Gestaltung der Offentlichkeitspraferenzen.

Was die Inkongruenz der Beziehung zwischen Wahlpraferenzen und Entscheidungen der Elite angeht, stimme ich Brooks (1991) Behauptung zu, bezuglich der Tatsache, dass die Eliten die Wunsche der Wahler nicht beachten und dass sie manchmal sogar gegen deren Praferenzen handeln. Jedoch bin ich damit nicht einverstanden, dass anhand der Uberzeugungsmittel an denen sie sich wenden (z.B. der Bildfunk) die Eliten den Wahlern nicht den Eindruck machen konnen, dass sie deren eigenen Praferenzen entspechend handeln.

Trotzdem hat die Gleichgultigkeit der Eliten gegenuber den Wahlpraferenzen im Laufe der Zeit gewisse Anderungen auf Niveau des Wahlverhaltens veranlasst, die wir im Kontext der Zerstorung der Wahlanlehnung (*partisan/electoral dealignement*) analysieren werden und im Kontext der Sanktion anhand der Abstimmung, als Ergebnis des Bezugs der okonomischen Leistungen der Eliten auf die Erwartungen der Wahlerschaft: *economic voting*.

3. Die Richtung nach Themenbereiche im Ausdruck der Wahlstimme: *issue voting*

Gemass dem Modell der parteiischen Identifizierung, ist die Haltung gegenuber den Politiken oder Leadern, sowie die Auffassungen bezuglich gewisser Gruppeninteressen anhand eines langzeitigen Loialitatsgefuhls

ausgedruckt, das im Laufe des Sozialisationsprozesses innerhalb der Familie zustande kommt. Die Ereignisse, Informationen, Images werden anhand dieser parteiischen Loialitat wahrgenommen, die lebenslang dauern konnte. Die Vertreter dieses Modells (Campbell 1960, umschrieben von Harrop und Miller 1987:131) behaupten, dass der Wahler seine Wahloption aufgrund von drei Dimensionen der politischen Realitat modelliert u.z.: Kandidaten, Politiken, Bindungen zwischen Parteien und sozialen Gruppen. Jeder der drei Faktoren verkorpert *Kommunikationskanale* durch die die Abstimmung beeinflusst wird.

Die Autoren dieses Modells haben angenommen, dass die Haltungen der Wahler den Parteien gegenuber, gruppiert auf einer einzigen Dimension ausgedruckt sind, mit starken, an den Extremen gelagerten Loialitaten, links oder rechts. Jedoch empfehlen Harrop und Miller (1987), dass dieses Modell als eine Erklarung der gesamten Auffassung des Wahlers uber das Politische gesehen wird.

Die Forscher dieses und des vorigen Jahrhunderts haben sich immer ofter die Frage gestellt, ob im aktuellen Wahlverhalten, insbesondere im europaischen, eine starke parteiische Tendenz entziffert werden kann oder ob es eine Abmagerung der Parteiloialitat stattgefunden hat.

In diesem Kontext werden wir zwei Anhaltspunkte besprechen:

1. R. Dalton (1988:30) bemerkte, dass die Burger vorangehen die Politik anhand ideologischer Termini zu bewerten, auch wenn sie ihre Interessen auf gewisse Themen beschranken. Trotz der Existenz mehrerer Dimensionen, selektieren die Wahler schliesslich ein einziges Thema, dem sie eine proportionell grossere Bedeutung im Vergleich zu den anderen Themen zuwenden werden. Diese Auswahloperation wird mit Hilfe von Referenzstandarden durchgefuhrt, an denen sich die Wahler wenden wenn sie Wahlentscheidungen treffen. Die parteiische Identifizierung kann ein wichtiger Faktor in der Formulierung der Bewertungen und in der Ausserung der Optionen fur gewisse Politiken darstellen. Wenn sie bezuglich der Optionausserung fur einen bestimmten Themenbereich nicht sicher sind, wenden sich die Wahler an die Partei mit der sie symphatisieren und diese wird ihnen zeigen, wie sie ihre Interessen richten sollen.

2. Trotzdem konnten die ideologischen Orientierungen der Art links/rechts als einfache Standpunkte gegenuber des Politischen wirken, mit deren Hilfe die Wahler ihre themenverbundenen Optionen synthetisieren und eine Referenzstruktur der politischen Gegenstande liefern (R. Dalton 1988:30). Die Wahlerschaft besteht aus Zerlegungen (im Sinne der Theorie der Mengen) der Praferenzen fur bestimmte Themenbereiche. Jeder Wahler ist Teil mehrerer thematischen Audienzen (*issue publics*) abhangig von den Prolemstellungen denen er besondere Wichtigkeit zuschreibt. Abhangig von der Leistung, die die Partei oder der

Kandidat hinsichtlich dieser Problemstellungen erhalt, bewerten die Wahler die Partei oder den Kandidaten und stimmen fur sie ab oder aber nicht.

Trotzdem, behaupteten Harrop und Miller (1987), existieren drei Grunde aus denen man annimmt, dass die parteiische Identifizierung die Haltung gegenuber den Problemstellungen (*issues*) modelliert und nicht umgekehrt:

1. die parteiische Loialitat entwickelt sich bei Kindern bevor sie eine Auffassung uber politische Problemstellungen entwickeln;

2. die parteiische Identifizierung ist bezuglich der Zeitdauer stabiler als die Praferenz fur eine gewisse Politik;

3. wenn eine Partei ihre Politik andert, passen viele Anhanger eher die eigenen Auffassungen an die Parteipolitik an als die Praferenz fur die Partei zu andern;

4. nur im Falle eines Mangels an gut definierten Orientierungen, wachst der Einfluss der Faktoren (politische Informierung durch Medien, demographische Merkmale, okonomische Wahrnehmung usw.), die die Abstimmung fur eine gewisse Problemstellung veranlassen.

Auch wenn die parteiische Identifiezierung am wichtigsten bleibt (Verba und Petrocik 1979, umschrieben von Harrop und Miller 1987), ist der Impakt der Problemstellungen (*issues)* nicht mehr einer trivialer Art.

Mehr sogar, die Forscher des Wahlverhaltens sind sich einig geworden, dass es eine ideologische Struktur in der politischen Denkweise des Wahlers gabe, aber es fehle eine koharente und artikulierte Auffasung uber das Politische. Die Denkweise des Wahlers ist intermittierend/ab und zu auftretend, ohne Struktur und Details, und die ideologische Struktur ist nicht in dem Ausmass entwickelt, um zwingend auf die Art und Weise zu wirken in der sich der Wahler angesichts einer gewissen Problemstellung interessiert oder sich an mentalen Wegkurzungen wendet, wenn er Wahlentscheidungen trifft.

Die Schlussfolgerung war, dass der Mangel an Struktur und Konsistenz einerseits und die Unbestandigkeit andereseits, einen Mangel an ideologisches Bewusstsein aufzeigen, wie auch die Ausserung von Non-Haltungen. (Converse 1978, umschrieben von Dalton 1988:34)

Die Abmagerung der parteiischen Loialitat hatte zur Folge eine fluchtigere, mehr unsichere Wahlerschaft, die Wahler wurden schwankender (*floating voters*), und ihre parteiischen Praferenzen variierten von einer Wahl zur anderen. Die Hauptursachen der Zerstorung der Wahlanlehnung waren die Expansion der Ausbildung, das Wachstum der sozialen und geografischen Mobilitat, sowie auch das Wachstum des Vertrauens im Bildfunk als Hauptquelle fur die politische Informierung. Heywood (1988:210) bemerkte jedoch, dass die Hauptursache fur die Zerstorung der Wahlanlehnung das Wachstum der Enttauschung in der Politik und der Misserfolg der Eliten den Praferenzen der Wahlerschaft entgegenzukommen seien.

Weiterhin werden wir veranschaulichen, wie die Expansion des Bildfunks zu dem beitragt, was Dalton (1996:204) mit *kognitiver Mobilisierung* meinte.

3.1. Das Konzept der politischen Sophisterei. Das Konzept der kognitiven Mobilisierung. Vier Typen von Wähler

Almond und Powell (1993) schlossen die politische Informierung in die Definition politischer Kultur ein: *politische Haltungen, Werte, Gefuhle, Informationen* und *Fahigkeiten*. Almond und Verba (1996:44) stufen diese Definition ab, indem sie sich auf *psychologische Orientierungen angesichts sozialer Objekte* und auf *die partikulare Distribution der pattern aus den Orientierungen angesichts politischer Objekte* beziehen.

Mit Orientierungen meinen Almond und Verba den internalisierten Teil (als Effekt des tiefen sozialen Lernprozesses) der Objekte und der Beziehungen zwischen Objekte.

Dalton definierte das Konzept *politischer Sophisterei*:

1. mittels den Informationen und politischen Kentnisse die ein Individuum als Folge seines Interesses und seiner politischen Verwicklung erwerbt

2. mittels den Fahigkeiten und Fertigkeiten welche dieser durch Ausbildung erwerbt.

Wenn wir diese Definition mit der der politischen Kultur, die fruher erwahnt wurde, vergleichen, werden wir behaupten, dass der Aussmass an politischer Sophisterei sich auf das System der Kenntnisse, Werte, Informationen, Haltungen, spezifischen Fertigkeiten eines partikularen Individuums bezieht, die wahrend der politischen Sozialisation erworben sind und durch denen sich das Individuum von den anderen Individuen differenziert; die politische Kultur bezieht sich auf das System der Uberzeugungen, Werte, Fahigkeiten, die eine soziale Gruppe charakterisieren, eine Gemeinschaft oder eine Nation und durch die ein Individuum das wiederfindet, was mit sich selbst gemeinsam ist. Das Selbst, sagten Verba und Almond, ist ebenfalls ein internalisiertes politisches Objekt. Die politische Kultur die ein Individuum wahrend der politischen Sozialisation erwerbt, gliedert sich in die Kultur der Gemeinschaft oder sozialen Gruppe ein, innerhalb deren das Individuum es erworben hat und mit der es sich identifiziert.

Die Autoren des Volumen *American Voter* (Campbell 1960, umschrieben von Dalton 1996:29) stellten eine schwache politische Sophisterei des Publikums fest, und betonten folgende drei Probleme:

1. den Mangel an einer allgemeinen ideologischen Struktur;
2. das schwache Verhaltnis zwischen den Problemstellungen;
3. die zeitliche Unbestandigkeit der Uberzeugungen;

Converse behauptete sogar, es sei die Rede uber *politische Non-Haltungen*.

Infolge der ersten Analysen bezuglich des neu ausgelassesnen Konzeptes, stellten die Forscher ein niedriges Niveau der politischen Sophisterei fest. Jedoch erreichte man diese Schlussfolgerung, bemerkte Dalton (1996:34), weil die Forscher die Burger aus der Hinsicht der demokratischen Ideale analysiert haben, und die Wirklichkeit bestatigt diese Ideale nicht. Die Politik ist Teil des Lebens der Individuen, aber sie wenden ihr nicht genugend Zeit und Aufmerksamkeit zu. Um den Anspruchen der politischen Teilnahme standzuhalten, konzentrieren sie sich auf ein bestimmtes Problem und orientieren sich in der Richtung einer gewissen Partei die ihre Interessen vertretet. Die Wahlerschaft wird somit in Prolemkategorien eingeteilt. Dalton (1996) bemerkte, dass dann wenn den Burgern erlaubt wird, das Politische mit den Begriffen der eigenen Interessen zu definieren, kommt ein erstaunlich hohes Niveau der politischen Sophisterei zum Vorschein.

Es handelt sich um das Phanomen, das von den Fachleuten thematische Abstimmung (*issue voting*) genannt ist - verstanden als Neigung der Wahler die Parteien und Kandidaten anhand einer spezifischen Gruppe von politischen Themenbereiche an denen sie interessiert sind zu bewerten. Die Gegner der Michigan Schule meinten, dass das Vorhandensein des Phanomens einen hohen Grad an politischer Sophisterei einer rationalen Wahlerschaft anzeigt. Campbell (1960, umschrieben von Dalton 1996:221) identifizierte zwei Haltungen mittels denen die Wahler in ihrem Verhalten bei der Abstimmung die Themenorietierung ausdrucken:

1. wenn sie an das Problem interessiert sind, aussern sie ihre Meinung angesichts des Problems
2. sie kennen die Stellung des Kandiadten oder der Partei bezuglich des betroffenen Themenbereichs

In der Fachliteratur ist *issue voting* ein Indikator fur den Untergang der parteiischen Orientierungen; die Parteiloialitat wird zur Zeit durch thematische Stellungen geaussert und eine Hauptursache dieses parteiischen Untergangs ist die *kognitive Mobilisierung* (Dalton 1996).

Bevor wir das Konzept der kognitiven Mobilisierung definieren, werden wir die Faktoren die diesen Mobilisierungseffekt erzeugt haben analysiern.

Der erste Faktor ist die Senkung der Kosten fur die politische Informationsbeschaffung, wobei die Medienexpansion eine wichtige Rolle spielt, insbesondere der Bildfunk, wegen der Bedeutung die dieser in den letzten Jahrzehnten der publikumsgezielten Vermittlung politischer Informationen zugewendet hat.

Diese massive auf das Publikum gerichtete Direktionierung der politischen Information hat dem Wahler die Moglichkeit enthullt, sich schnell, sparsam und wirksam bezuglich des politischen Phanomens zu informieren. Daraus ergibt sich eine zweite Ursache die die kognitive

Mobilisierung veranlasst hat: die stets spitzfindiger gewordene Verarbeitung der politischen Information hat zur Sozialisation der Wahlerschaft durch die Medien gefuhrt, und einschliesslich zur Bildung eines Sets von Fahigkeiten und politischen Kompetenzen. (Dalton 1996:21)

Folglich ist die *kognitive Mobilisierung* der soziale Prozess der von der Entwicklung der Ausbildung ausgeht, Kompetenzen hervorruft und sozialisiert. Die besser ausgebildeten Burger werden ein gewisses Niveau der politischen Fahigkeiten haben und bestimmte Ressourcen um alleine im politischen Umfeld auszukommen, wobei sie dabei ihre Abhangigkeit von den Aktionen der Eliten verkleinern oder von den Interpretationen die die Meinungsleader uber die Ereignisse auslassen. (Dalton 1996)

Jedoch ist die Beziehung zwischen den Ausbildungsjahren und dem Ausmass an politischer Sophisterei, an politischer Informierung genauer gesagt, nicht absolut. Paul Sniderman (1993:116) bezog hohes politisches Ausbildungsniveau auf eine komplexere Informationsverarbeitung. Es kann aber sein, begrundete Popkin (1996), dass die Anreicherung der politischen Erziehung nicht unbedingt zu einer Anreicherung der politischen Sophisterei fuhrt. So kann z.B. ein hohes Niveau der politischen Kenntnisse nicht zwangslos auch zu der Erwerbung von spezifischen Fahigkeiten fuhren oder zur Formulierung von komplexen Werturteile bezuglich des politischen Phanomens.

Somit steigert der Prozess kognitiver Mobilisierung die politische Sophisterei der Wahler und deren Fahigkeit komplexe Probleme aus dem politischen Bereich zu losen. Andererseits sinkt die Zunahme des Zugangs zu Medieninformationen die Kosten der Entscheidungsnahme bei der Abstimmung. Dementsprechend tretet das Bedurfnis der Einsetzung des Partisanats als Fuhrer in der Strukturierung der Abstimmungsentscheidungen im Untergang.

Dalton (1996:214) und Inglehart (1986:363) identifizierten die Expansion des Bildfunks als Hauptschauspieler der kognitiven Mobilisierung die zum Untergang des Partisanats fuhrte (*dealignement)* und zur Segmentierung der Wahlerschaft. Andererseits trug die Medienexpansion zur Steigerung des Ausmasses an politischer Informierung der Wahler bei und zur Kristallisierung von auf bestimmte Themenbereiche gerichtete Audienzen, *issue voting*.

Das bedeutet nicht, dass die parteiische Zuneigung nicht ein wichtiges Kriterium in der Wahlentscheidung bleibt, aber auch auf Niveau dieser Loialitat finden Anderungen statt. W. Phillips Shively (1978, umschrieben von Dalton 1996) sprach uber die Bedeutung der funktionalen Werte des Partisanats, und fugte hinzu, dass unter den Bedingungen der kognitiven Mobilisierung und der politischen Sophisterei, die Parteiidentifizierung die Form einer Vernunft auf informationellem Niveau annimmt, die dann eintretet wenn der Wahler nicht entschlossen ist – trotz der Informationen uber die er verfugt – fur wen er abstimmen soll. In diesem Punkt ahnelt die Ansicht des Autoren mit Downs Ansicht (der auch von der Unsicherheit des

Wahlers sprach), wobei seine Schlussfolgerung darauf beruht, dass die parteiische Identifizierung einerseits die Kosten der politischen Informierung spart, andererseits die politische Teilnahme des Wahlers reduziert.

Dalton (1996:210) konstruierte zwei Achsen:

1. die Intensitat parteiischer Gefuhle;

2. der Ausmass an politischer Informierung der Wahler, erworben durch den Prozess der kognitiven Mobilisierung. Auf diese Weise erhielt Dalton folgende Typologie:

	Intensitat parteiischer Gefühle	
kognitive Mobilisierung	**TIEF**	**HOCH**
HOCH	**Unparteiische**	**Kognitive Parteiganger**
TIEF	**Unpolitische**	**Kognitive Parteiganger**

Abb.8. Die Typologie der Wahler nach Dalton

Quelle: Dalton R.: *Citizens Politics: Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies*, Chatham House Publishers, Inc. Chatham, New Jersey 1996

Die kognitiven Parteiganger sind von parteiischer Zuneigung belebt, sie sind gut informiert und ausgebildet aus politischem Standpunkt.

Die Unabhangigen (Unparteiischen) sind kognitiv mobilisiert, haben einen hohen Ausmass an politischer Sophisterei, konnen die politische Information auf einem sehr hohen Niveau verarbeiten, sind in der Politik sehr verwickelt, trotz der Tatsache, dass sie keinerlei Zuneigung in Richtung einer Partei aussern. Sie sind die Anhanger der *neuen Politik, Postmaterialisten* (Inglehart 1986:363), sie sind jung und interessiert mehr politische Erfahrung zu erwerben. Sie sind allerdings nicht so konsequent in der Ausserung einer Parteiloialitat, da ihre Entscheidung nicht von parteiischen, aus der Familie vererbten Neigungen abhangig ist. Sie werden die Politiken der Kandidaten ablehnen falls diese angenommen wurden bevor sie das Publikum befragt haben, und sie werden mehr Aufnahmebereitschaft fur die offentliche Agenda verlangen (Dalton 1996:215). Ihre politischen Abilitaten veranlassen sie dazu, aktiv an die Politik teilzunehmen und durch ihre Entscheidungen den politischen Prozess zu beeinflussen.

Die rituellen Parteiganger sind in der Politik mobilisiert durch eine starke Zuneigung zu der Partei - im Laufe der Zeit geformt und verstarkt - die dieselbe bei jeder Wahl ist, wobei ihr Verhalten einem Ritual gleicht.

Die Unpolitischen aussern keinerlei Parteizuneigung, sie sind auch nicht kognitiv mobilisiert, sie sind dem politischen Geschehen gegenuber gleichgultig.

Diese Wahlertypologie erklart die Verhaltensunterschiede, dann wenn wir sie abhangig von der Ausserung zweier Merkmale interpretieren: das Partisanat und der Ausmass an kognitiver Mobilisierung oder an politischer Sophisterei.

Sniderman (1993:117-135) analysierte die Unterschiede in den Entscheidungen der Wahler, abhangig von deren politischen Informierungsgrad (Sophisterei), indem er die Variabel Partisanat ausschliess.

3.2. Die unterschiedlichen Niveaus des Ausmasses an politischer Informierung. Entscheidungsunterschiede

In seinem Studium *Information and Electoral Choice* (1993:117-135) griff Sniderman zwei Typen von Wahlentscheidungen komparativ auf, nach dem Grad der politischen Informierung. Seine Analyse bestand in der Hervorhebung der Unterschiede, die zwischen den politisch gut informierten Wahlern und den schwach informierten auftauchen.

Die gut informierten Wahler sind die Wahler die uber politische Kentnisse verfugen, fur denen alles sinnhaft im politischen Raum ist. Sie kennen jeden Kanidaten: woher er kommt, wer er ist, von wem er unterstutzt wird und wer sein Gegner ist. Sie sehen denjenigen die die Anderung bringt, also den *challenger*, nicht als einen Unbekannten an. Sie wissen vieles auch uber den, der bereits uber die Funktion verfugte – *incumbent*, aber sie bewerten diesen nicht entsprechend der Stellung die er hatte, sondern anhand seiner politischen Leistungen. Sie sind imstande den *incumbent* mit dem, der die Anderung mitbringt, mit dem *challenger*, zu vergleichen und fur den abzustimmen der ihrer Ansicht nach ihre Interessen am besten vertretet. Da sie gut informiert sind, wissen sie uber die Verpflichtungen der zwei Kandidaten und sie werden infolge des Vergleichs der Alternativen abstimmen. Sie sind fahig die Unterschiede zwischen den Politiken oder Kandidaten zu beurteilen durch den Vergleich der auf langer Dauer geplanten Politiken die die zwei verabschiedet haben und konnen diese im Kontext der Orientierungen plazieren, durch die sich die zwei Parteien im Laufe der Zeit unterschieden haben. Fur die politisch gut informierten Wahler ist das Ansehen fur denjenigen der noch uber die Funktion verfugte – incumbent – nicht langer wichtig, sondern ein Vergleich zwischen den Eigenschaften der zwei Kandidaten – Vergleich anhand dessen sie die Unterschiede zwischen den zwei Kandidaten maximieren (vergrossern oder entfernen).

Die schwach informierten Wahler sind diejenigen fur denen die Abstimmung einem Referendum gleicht, da sich ihre Wahl auf denjenigen richtet der noch uber die Funktion verfugt hat, *incumbent*. Die Abstimmung ist nicht komparativer Natur, zwischen *incumbent* und *challenger* – der der die Anderung bringt, da der *challenger* ihnen unbekannt ist; es ist die Abstimmung fur oder gegen denjenigen dem noch die Funktion zugeschrieben war. Alles was fur sie wichtig ist, ist ob derjenige der noch uber die Funktion verfugte ausreichend kompetent in der Politiklosung war, und nicht ob derjenige der die Anderung vorschlagt mehr Kompetenz aufbringen konnte. Sie sind unfahig ihre Praferenzen mit Hilfe der Orientierungen angesichts gewisser Themenbereiche zu organisieren. Wegen unausreichenden Informationen konnen sie die Leistung dessen der bereits in die Funktion war nicht auf reellem Niveau bewerten. Das was sie einschatzen ist die Allgemeinlage der Nationalwirtschaft und danach richten sie ihre Wahrnehmung bezuglich des eigenen okonomischen Status. Diese *Bewertung* wird daher eher zum Indikator fur die Einschatzung der Leistung des Funktioninhabers sein, der ihnen den Eidruck ubermitteln wird, dass ihre Entscheidug rational und informiert ist. In Wirklichkeit sind sie der Einflusse der Kampagne am starksten ausgesetzt, Kampagne die ihnen Informationen biete uber die Art auf der die Regierung zu ihrem Lebenswohlstand beigetragen hat. Deshalb minimieren sie (verkleinern oder bringen naher) die Unterschiede zwischen den Kandidatenstellungen gegenuber gewisser Politiken und lassen sich direkt von der fernsehvermittelten Darstellungsweise der sozio-okonomischen Bedingungen aus der Zeit der Regierung beeinflussen. Wenn diese fur sie befriedigend sind, werden sie zugunste dessen der noch uber die Funktion verfugte, *incumbent*, abstimmen. Falls sie diese sozio-okonomischen Bedingungen nicht zufriedenstellen, werden sie gegen ihm abstimmen. Die Denkoperationen der weniger Ausgebildeten schliessen das aus, was nicht gleich erfolgt, was nicht offensichtlich oder relevant ist. (Sniderman 1993:126)

Samuel Popkin (1994:72) grenzte die Informationstypen ein, die am leichtesten zu beschaffen und zu verarbeiten sind:

1. es ist leichter die wirkliche Welt einzuschatzen als Projektionen auf die Zukunft zu machen;

2. es ist leichter eine Partei zu verfolgen, indem man sich an deren Standpunkt bezuglich der Gesellschaft erinnert, als ihre vergangene Leistung zu analysieren;

3. die laufenden Daten, durch die Medien ubermittelt, sind leichter zu benutzen, wenn sie als relevante Informationen prasentiert sind;

4. die personliche Moralitat, d.h. die Personlichkeit und die Prinzipien des Kandidaten als Familienangehoriger, ist leichter zu verstehen als die

institutionelle Ethik, also als die Personlichkeit und Prinzipien des Kandidaten als Parteimitglied oder Inhaber einer politischen Funktion;

5. es ist leichter die Kompetenz des Individuums zu bewerten als seine gesetzgebende Leistung;

6. die Kandidaten konnen leichter eingeschatzt werden, wenn man ihre demographischen Merkmale kennt (ihren sozialen Status, Herkunft, Angehorigkeit);

7. die Kandidaten werden besser eingeschatzt, wenn man den Standpunkt der Freunde und Anhanger kennt;

Sniderman (1993:130) macht den Unterschied zwischen den politisch schwacher Informierten, die retrospektiv abstimmen und die politisch besser Informierten, die prospektiv abstimmen.

Dalton (1996:197) unterscheidet zwischen zwei Wahlertypen: Wahler die retrospektiv und Wahler die prospektiv abstimmen. Es handelt sich dabei um einen Bezug auf den Faktor Zeit. Somit, existiert eine retrospektive Denkweise, bezogen auf die vergangene Leistung der Partei. Die Wahler extrapolieren die Informationen die sie uber diejenige Leistung haben und projezieren sie auf eine zukunftige Leistung. Wir sprechen demnach uber die Abstimmung zugunste des Kandidaten der bereits noch uber die Stellung verfugte – *incumbent*, falls dieser eine bemerkenswerte Leistung erreicht hat oder die Abstimmung zu dessen Nachteil, falls die Wahrnehmung bezuglich seiner Leistung negativ ist.

Die Wahler sind imstande auch prospektive Urteile auszulassen, die Partei anhand der Versprechungen zur Politikenlosung zu bewerten und eine folgende Leistung vorauszudenken – es handelt sich um das was Dalton (1996:222) mit *anticipatory judgement* meinte.

Sniderman beobachtete in *Information and Electoral Choice* (1993:118), dass der Unterschied zwischen prospektiver und retrospektiver Abstimmung darin besteht, dass die Wahler – die retrospektiv abstimmen – fur oder gegen denjenigen abstimmen der noch die Stellung hatte, *incumbent*, und dass diese Beurteilungsweise nicht eine Auswahl zwischen mehreren Kandidaten vorausetzt, sondern eine Abstimmung fur oder gegen dem Funktionsinhaber. Im Gegensatz dazu, wahlen diejenigen die prospektiv abstimmen, infolge des Vergleichs zwischen den Kandidaten – derjenige der die Funktion bereits hatte, *incumbent*, und derjenige der die Anderung vorschlagt, *challenger* – zugunste dessen der besser beurteilt wird.

Die Schlussfolerung ist, dass diejenigen die retrospektiv abstimmen, die Differenzen zwischen den Kandidaten verkleinern, indem sie fur oder gegen den der die Stellung hatte abstimmen, wahrend die die prospektiv abstimmen, die Differenzen zwischen den von den zwei Kandidaten angenommenen Stellungen vergrossern, indem sie eine der zwei vorgestellten Alternativen auswahlen: der der bereits die Funktion hatte oder der der die Anderung bringt.

3.3. Die Auswirkungen der ökonomischen Wahrnehmung auf die Wahlentscheidung: die ökonomische Abstimmung, *economic voting*

Harper (1988) behauptete, infolge empirischer Forschungen, dass die okonomische Wahrnehmung seitens der Wahler aus den Ostdemokratien einen viel bedeutenderen Anteil an deren Wahlentscheidung hat als die Parteiloialitat, die in den Westdemokratien vorrangig ist, da sie nicht die Zeit hatten Parteigefuhle zu entwickeln. Gleichzeitig induziert der Ausmass an politischer Informierung der Wahler aus den Landern in politischer und okonomischer Transition keine bemerkenswerte Entscheidungsunterschiede in deren Wahlentscheidung im Vergleich zu den Auswirkungen der okonomischen Wahrnehmung. Diese Behauptung konnen wir argumentieren, wenn wir uns auf die Tatsache beziehen, dass diese Art von Wahler hauptsachlich an der Information wirtschaftlicher Natur interessiert sind, mehr als an jede Information anderer Natur (politischer, ideologischer Art usw.).

Das Studium angesichts der okonomischen Wahrnehmung der Abstimmung hat sich auf die Beziehung zwischen personlicher Wahrnehmung der wirtschaftlichen Bedingungen und Abstimmung konzentriert. Es handelt sich um die *egozentrische Abstimmung* oder *pocketbook voting*, das eine Bewertung der Leistung der Regierenden darstellt – im Falle der USA, der Prasident – anhand der personlichen okonomischen Befriedigung (Popkin 1996:31). Morris Fiorina (1980, umschrieben von Popkin) synthetisierte diese Annahmen folgenderweise:

> Anstatt dass die Wahler den Prasidenten positiv oder negativ bewerten, rechnen sie nur die Anderungen aus, die sich in ihrem personlichen wirtschaftlichen Wohlstand ereignen. Eigentlich machen die Wahler, dann wenn sie die Leistung des Prasidenten einschatzen, nicht eine einfache Auswahl zwischen mehreren Alternativen, sondern sie beziehen mehrere Typen von Urteile mit ein, unter denen auch den zur Einschatzung ihres okonomischen Wohlstands … anhand der Leistung des Leaders. (Popkin 1996:31)

Die okonomische Abstimmung, veranlasst von der wirtschaftlichen Wahrnehmung der eigenen finanziellen Lage (*pocketbook voting*), ist dementsprechend das Phanomen, das sich dann aussert, wenn *die Abstimmung von den Bewertungen der Individuen gegenuber der eigenen finanziellen Lage beeinfusst wird* (Harper 1988:3). Wenn ein Individuum seine finanzielle Lage wahrend einer Regierung als schlecht einschatzt, wird es bei den folgenden Wahlen nicht fur die zur Zeit regierende Partei abstimmen. Andererseits, wenn eine Individuum seine finanzielle Lage als verbessert wahrnimmt, wird er bei den kommenden Wahlen zugunste der zur Zeit regierenden Partei abstimmen (Harper 1988). Die Wahler differenzieren die Regierungsprobleme von den personlichen Probleme. Dann wenn sie an den Leistungen der Regierung denken, bringen sie im Vordergrund die personlichen Probleme okonomischer Natur, die sie

inmitten der politischen Agenda der Regierung plazieren, in der Hoffnung dass ihnen die Regierung bei deren Losung hilft.

Die okonomische Wahrnehmung der Abstimmung schliesst auch eine andere Erorterungsweise ein: es kann sein, dass die Wahler in erster Reihe die allgemeinen wirtschaftlichen Bedingungen beurteilen, da sie diese fur den Hauptindikator zur Messung der Regierungsperformanz halten. Zahlreiche Studien (unter denen auch Popkins 1996:32) zeigten, dass die Urteile bezuglich der allgemeinen okonomischen Bedingungen einen viel grosseren Impakt in der Beurteilung der Regierungsleistung hatten, als die im eigenen okonomischen Wohlstand ereigneten Anderungen:

> Selbst wenn die Wahler ihren Arbeitsplatz verloren haben … beziehen sie nicht automatisch die Problematik der Arbeitslosigkeit auf die Leistung der Regierung und die von ihr verabschiedeten Politiken. Da sie in der Erstattung der Zusammenhange zwischen ihrem Problem und das der anderen fehlschlagenhalten, halten sie (die Wahler mit Arbeitlosenstatus) ihre eigene Erfahrung fur irrelevant zwecks der Beurteilung der okomischen Allgemeinlage oder der Leistung der Regierung. (Popkin 1996:32)

Diese Art Abstimmung ist die *soziotropische Abstimmung (sociotropic voting*), die Harper dadurch erklarte, dass die Wahler die okonimische Leistung der Regierung fur besser eingeschatzt halten, wenn die Allgemeinlage der Wirtschaft beurteilt wird. Die Anderungen in ihrer personlischen wirtschaftlichen Lage beruhen eher auf die personlichen Fehler, auf erfolgslose Strategien der Firma bei der sie arbeiten usw., jedoch nicht auf die von der Regierung verabschiedeten Politiken. Die soziotropische Abstimmung schliesst nicht unbedingt *altruistische Rechenoperationen des Wahlers ein; er beurteilt nur seine okonomischen Vorteile mittels den allgemeinen wirtschaftlichen Bedingungen* (Kinder und Kiewit 1981:132, umschrieben von Harper 1988:20). Dann wenn sie die Partei auswahlen fur die sie abstimmen werden, achten die Burger auf die allgemeinen wirtschaftlichen Bedingungen. Kinder und Kiewit (1981:132, umschrieben von Harper 1988:25) behaupteten, dass die Wahler Urteile bezuglich der wirtschaftlichen Allgemeinlage formulieren, und abhangig davon beurteilen sie einen Kandidaten positiv oder negativ.

Popkin (1996:35) stellte fest, dass die Wahler die eigene wirtschaftliche Leistung an die der Regierung verbinden, und bewerten die Regierung im Hinblick darauf, in dem Moment wenn die Anderungen in ihrer Finanzlage mit den kurzweilig in der Okonomie ereigneten Anderungen im starken Zusammenhang gebracht werden konnen. Falls ihre finanzielle Lage eine vergleichbare Evolution mit der der Allgemeinlage der Wirtschaft hatte, werden die Wahler die regierende Partei positiv beurteilen. Wenn sich ihre wirtschaftliche Lage wesentlich verschlechtert hat, und das kann stark mit der Allgemeinlage der Wirtschaft gekoppelt werden - die sich in Krise befindet wegen den falschen Politiken die die

Regierung verabschiedet hat - dann werden die Wahler bei den folgenden Wahlen nicht mehr zugunste der zur Zeit regierenden Partei abstimmen.

Wenn die Wahler die okonomische Leistung der Regierung beurteilen, beziehen sie sich entweder auf die Erwartungen aus der Vergangenheit oder auf die aus der Zukunft. Die retrospektive okonomische Abstimmung geschieht aufgrund der okonomischen Leistung der Regierung vor der Kampagne und wird nicht von der Vorstellung wahrend der Kampagne von Wirtschaftspolitiken beeinflusst, die demnachst verabschiedet werden sollen. Falls die Wahler die Regierungsperformanz negativ beurteilen, werden die von ihr in der Kampagne dargebotenen Politiken keinen Einfluss auf die Abstimmung ausuben, Abstimmung die ein Referendum gegen der regierenden Partei/Kandidaten verkorpern wird.

Beziehen wir diese Verhaltensweise auf das was Sniderman (1993:134) behauptete (als er sich mit der Beurteilungsweise der Wahler abhangig von dem Informierungsgrad befasste) werden wir zwei Verhaltenstypen erhalten:

1. Die schwach informierten Wahler werden retrospektiv beurteilen, indem sie sich auf die der Kampagne vorausliegende Leistung des *incumbent* beziehen. Sie werden keinen Vergleich zwischen zwei Alternativen vollziehen: die vergangene Leistung des Funktioninhabers und die von dem *challanger* wahrend der Kampagne vorgestellten Politiken. Die Abstimmung dieser Wahler wird ausschliesslich fur oder gegen dem *incumbent* sein, und ist das Ergebnis einer positiven oder negativen Beurteilung dessen okonomischen Leistung.

2. Die gut informierten Wahler werden prospektiv beurteilen, indem sie sich auf die Wirtschaftspolitiken beziehen, die der *incumbent* und sein Gegenspieler wahrend der Kampagne vorschlagen. Ihre Abstimmung wird nicht mehr ein Referendum fur oder gegen dem *incumbent* darstellen, wobei der *challenger* unbekannt bleibt. Der *incumbent* ist seinerseits ein Kandidat im Wahlkampf, der denselben Status wie der *challenger* hat, und die Tatsache dass er bereits uber diejenige Funktion verfugt hat spielt in der Beurteilung der zwei Kandidaten keine Rolle. Dieser Wahlertypus konzentriert sich auf die Entdeckung von so viel wie moglichen Differenzen zwischen den Haltungen der Kandidaten gegenuber den Politiken und sie werden denjenigen besser beurteilen, der den Eindruck vermittelt am besten ihren Erwartungen entgegenzukommen.

Seinerseits problematisiert Holbrook (1999) den Impakt der okonomischen Wahrnehmung der Allgemeinbedingungen und der Erorterungsweise der wirtschaftlichen Bedingungen wahrend der Kampagne auf die Wahlentscheidung. Die Wahrnehmung der Allgemeinbedingungen aus der Wirtschaft ergibt sich aus den Urteilen der Wahler bezuglich der Allgemeinlage der Okonomie und dem eigenen finanziellen Zustand. Die allgemeinen wirtschaftlichen Bedingungen andern sich nicht viel von den einen Wahlen zu den anderen, und dann wenn sie sich andern, konnen die

Unterschiede der okonomischen Wahrnehmung zwischen den zwei Wahlen gemessen werden. Dagegen aber, beeinflusst die Art wie in den Medien die Allgemeinlage der Wirtschaft widerspiegelt ist, wie auch die wirtschaftliche Leistung des Prasidenten die okonomische Wahrnehmung der Wahler im Laufe einer einzigen Kampagne. So sieht das erklarende Diagramm aus, das Holbrook zur Testung dieser Effekte vorschlagt:

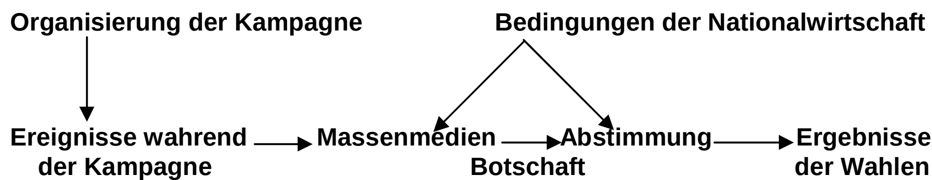


Abb.9. Die Effekte der Wahrnehmung der Wirtschaftslage auf die Wahlentscheidung nach Holbrook

Quelle: Holbrook, T.M.: *Do Campaign Matter?*, Sage Publications, London 1999.

Wenn wir die Variationen der Wahloptionen auf die Dauer einer einzigen Kampagne verfolgen, werden wir diese Anderungen eher auf die Ereignisse okonomischer Natur beziehen, die wahrend der Kampagne durch die Massenmedien prasentiert werden als auf die nationalen Bedingungen der Wirtschaft, da die letzteren wahrend einer Kampagne konstant erhalten bleiben. Falls Unterschiede der Wahlentscheidungen im Laufe von zwei Kampagnen registriert werden, werden wir die Auswirkung dieser Veranderungen auf die Variationen in der Wahrnehmung der Allgemeinbedingungen aus der Wirtschaft im Interval der zwei Kampagnen beziehen.

4. Zusammenfassung

Der vorliegende Aufsatz hat sich vorgenommen, die Art und Weise zu erklaren in der sich die politischen Aktionen der Elite auf das Wahlverhalten der Burger auswirken (durch die vor dem Beginn der Kampagne erlangte okonomische Leistung oder durch die Wahlversprechungen). Betrachtet in erster Reihe als eine *diadische Korespondenz* zwischen politischen Praferenzen der Wahler und Regierungspolitiken, hat diese Art politischer Aktion als Hauptziel den Gewinn der Legitimitat mittels der Kongruenz oder anscheinender Kongruenz mit den Praferenzen der Wahlerschaft. Im Legitimierungsprozess der politischen Macht ist die Abstimmung ein standiges feed-back seitens der Wahler, anhand dessen sie ihren Befriedigungs- oder Unbefriedigungsgrad gegenuber den Leistungen der Elite aussern, Leistungen die gemass ihrer Interessen oder Praferenzen wahrgenommen werden. Aus der Hinsicht der Kongruenz zwischen politischen Praferenzen der Wahler und Regierungspolitiken

erzeugt die politische Tatigkeit der Eliten das was J. Brooks (1991) *demokratische Frustrierung* nennt. Aus der Perspektive der politischen Theorie wurde die Beziehung Wahlpraferenzen vs Interessen der Eliten anhand von vier Reprasentationsmodellen (Heywood 1998:210) interpretiert, u.z.: das Vertreter-Mandatar Modell (*the delegate model*), das Vertreter-Efor Modell (*the trustee model*), das Mandatenmodell (*the mandate model*) und das neokorporative Modell (*the resemblance model*). Die Informationen die die Modelle der Parteiidentifizierung oder die der rationalen Wahl in der Erklarung des Wahlverhaltens gebracht haben, wurden mit der Analyse der Einflusse erganzt, die einerseits die okonomische Wahrnehmung (Harper 1998) auf die Wahloption ausuben kann, und andererseits der Aussmass an politische Informierung. Auch den moglichen Einfluss der Medien im Kontext der Erklarung des Wahlverhaltens einschliessend, wurden die Konzepte *politischer Sophisterei* und *kognitiver Mobilisierung* (Dalton 1996:56) diskutiert, und anhand dessen auf zwei Achsen – Partisanat und kognitive Mobilisierung – eine mogliche Typologie der Wahler (Dalton 1996:201) prasentiert.

5. Synopsis der Forschungskonzepte

Die Investigation aus zwei unterschiedlichen Perspektiven – Volksauffassung und Elitenauffassung – der Korespondenz zwischen politischen Praferenzen der Wahler und Politiken der Regierenden, die Analyse des Einflusses der hauptsachlichen prediktiven Faktoren der Abstimmung (Parteiloialitat, okonomische Wahrnehmung, politischer Informierungsgrad, Einfluss der wahrend der Kampagne fernsehgesendeten Informationen) haben bei der Konturierung wichtiger Konzepte fur eine nachkommende Forschung beigetragen. Diese Konzepte sind:

1. Die Art und Weise wie sich die Wahler in den *politischen Debatten* verwickeln, sowie deren *Interesse fur das fernsehubermittelte politische Ereignis* wahrend und ausserhalb der Kampagne, wurden im breiteren Kontext der Analyse bezuglich der spezifischen Einflusse des Bildfunks mittels des *Agenda setting* Phanomens, *Fraiming* und *Priming* Effekts eingeschlossen. Diese Effekte tragen wesentlich dazu bei, wie die Wahler die Standarde zur Einschatzung der Leistung der Kandidaten festlegen, Leistung die einerseits anhand der *Positionierung/Einrahmung* des Kandidaten im Kontext bestimmter Prolemstellungen suggeriert wird, und andererseits durch die *Einschatzungsfragebogen* die die Wahler bei der *Testung deren Personlichkeit* einsetzen (Iyengar und Kinder 1988).

2. Das Phanomen politischer Werbung wurde durch die Art und Weise erortert, wie das Kandidatenimage anhand des Wahlspots gefordert wird, indem einerseits das Interesse des Wahlers gegenuber dem Spot stimuliert wird, und andererseits durch die Beeinflussung der Einschatzung des Wahler bezuglich des Kandidaten.

3. Die *politische Informierung* wurde folgenderweise erklart: erstens, anhand der Konzepte *politischer Sophisterei* und *kognitiver Mobilisierung* - als von dem Wahler innerhalb des Sozialisationsprozesses erworbene Fahigkeiten - und zweitens, durch das Konzept politischer Informierung – interpretiert als Mechanismus zur Verarbeitung der Kenntnisse uber den Kandidaten, Mechanismus der aufgebaut und standig perfektioniert wurde anhand der Aneignung der Informationen aus den Medien.

4. Die *okonomische Wahrnehmung* des Wahlers wurde anhand dessen dargestellt, wie der Wahler die okonomische Leistung der Kandidaten einschatzt, indem er einerseits die Bedingungen der Nationalwirtschaft auswertet und andererseits die eigene finanzielle Lage. Oft kann diese Wahrnehmung von der Information okonomischer Natur beeinflusst werden oder von der Art, wie in den Medien die Bedingungen der Nationalwirtschaft oder die Leistung des Inhabers der Funktion fur die eben abgestimmt werden muss wiederspiegelt sind. Zugleich kann diese Wahrnehmung auch von den in der Kampagne vom *challenger* dargebotenen Politiken beeinflusst sein und von den Imagestrategien an denen er sich mittels des politischen Spots wendet. Meist werden die Wahler – vor allem die gut informierten – eine Wahl zwischen zwei Alternativen treffen abhangig davon, wie gut sich jeder Kandidat innerhalb der Kampagne vorgestellt hat.

5. Bezogen auf den theoretischen Kontext dieses Studiums, werden die Experimentergebnisse eine Abstufung versuchen – mittels der Investigation des Effekts politischer TV-Werbung – des *Agenda setting* Konzepts, des *Priming* (erortert von Iyengar und Kinder) und des *Fraiming* Effekts (problematisiert von Popkin 1996:57), wie auch der Theorie uber den Einfluss okonomischer Wahrnehmung auf die Wahlentscheidung (Popkin 1996, Harper 1988) und, aus der Hinsicht der politischen Theorie, werden wir die Bestandigkeit der demokratischen Frustration der Wahlerschaft bestatigen, im Kontext des Vorhandenseins einer Inkongruenz zwischen Wahlpraferenzen und Offentlichkeitspolitiken (gemass Brooks 1991).

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

PREMIERS JOURNAUX TURCS PUBLIES A ISTANBUL DANS LE CADRE DES MOUVEMENTS D'OCCIDENTALISATION DANS L'EMPIRE OTTOMAN ET ŞINASI

FEYYAZ BODUR ET ABDULLATIF ACARLIOGLU*

ABSTRACT. This study is comprised of two parts. In the first part, we investigated the first Turkish newspapers, published in Istanbul, within framework of Westernilazation in Ottomans. In the second part, we studied journalism and literature, the contribution of Şinasi who was a pioneering author and journalist of the 19th century.

The first Turkish newspapers were Takvim-i Vekayi published with the order of Mahmut II. and Ceride-i Havadis published by English William Chirchill alongside the support of the state.

However, the first newspaper of our history of journalism was Tercuman-i Ahval, because of the fact that it was published by independant individuals with the considerable contribution of Şinasi without any state support.

As a conclusion, Şinasi occupied a privilaged place as a writer, philosopher and journalist and at the same time, he made a significant contribution to the Turkish literature.

1. INTRODUCTION

Notre étude sera constituée de deux parties. Dans la première, nous étudierons les premiers journaux publiés en turc à Istanbul dans le cadre des mouvements d'occidentalisation chez les Ottomans. Dans la deuxième, nous chercherons les contributions de Şinasi (1825-1871), écrivain et journaliste avant-gardiste du 19e siècle, dans le journalisme et la littérature.

Reste à savoir pourquoi nous avons choisi Şinasi ? Parce que tout simplement, il a vécu à la même époque que George Baritz (1812-1892), fondateur du journalisme roumain en Transylvanie, et qu'il est un des deux principaux fondateurs du journalisme turc.

La période de l'Empire ottoman qui nous préoccupe dans cette étude est celle de la décadence où ont fleuri le journalisme et de nouvelles tendances littéraires sous l'influence des pays occidentaux, notamment de la France. Dans une atmosphère du déclin, les dirigeants cherchaient sans arrêt des issues alors que dans les pays d'Europe, l'industrialisation et la vie culturelle étaient en pleine expansion. Comme ils ne voulaient plus perdre de temps, ils ont entrepris une série de mesures pour rattraper le niveau des pays européens. Ils ont envoyé des étudiants en Europe pour

* Anadolu Universitesi, Eskisehir, Turquie

les former, invité des officiers pour réorganiser l'armée, importé des imprimeries pour publier rapidement des livres et des journaux.

Ces changements qui comprenaient donc au début les niveaux militaire et éducatif et qui ont fini par se répandre dans le domaine de la politique et du droit ont exercé une telle pression au sein de l'Etat que le sultan Abdulmecit a dû changer en 1839 la vie sociale et politique en annonçant une série de «Réformes» qui amèneront le pays à prendre l'exemple du modèle occidental. Cela s'appelle la promulgation des «Tanzimat[1]» (1839-1876) et marque un point tournant dans l'histoire turque. Ainsi, l'occidentalisation prend une forme officielle dans un projet de civilisation ayant pour but de transformer profondément le pays.

Avant de passer à la publication des journaux qui feront le sujet vif de notre recherche, il faudrait s'intéresser à l'importation des imprimeries puisqu'elles concernent directement les journaux. Il est à rappeler que les imprimeries sont intégrées dans le territoire impérial avec 300 ans de retard, ce qui veut dire que ceux-ci ont paru avec un retard considérable par rapport à l'Europe.

La réaction contre l'imprimerie a retardé de quelque cent ans la publication des premiers journaux. Ceux-ci comme les premiers livres sont apparus, bien sûr, en langue étrangère, souvent en français. Bref, nous pouvons préciser que la presse, au sens occidental du terme, n'a débuté qu'au 19^{e} siècle.

Avec la notoriété des Tanzimat, des journaux ont commencé à paraître et à informer le peuple sur tous les sujets. Le peuple qui était habitué à suivre les ordres du sultan a pu saisir les notions comme le «droit» et la «loi» qui lui étaient bien étranges jusque-là. Et sur le plan littéraire, le public a fait la connaissance des nouveaux genres comme roman, pièce de théâtre, nouvelle, article, mémoire et pamphlet au sens occidental du terme.

Parmi les élites réformistes soutenant le processus des Tanzimat et s'efforçant de les réaliser, nous pouvons citer, outre Şinasi, Ziya Paşa, Namik Kemal, Recaizade Mahmut Ekrem, Abdulhak Hamit, Samipaşazade Sezai, Ahmet Vefik Paşa.

Pour les artistes de l'époque, influencés pour la plupart par les écrivains français, la littérature était un moyen de s'exprimer et de communiquer leurs idées qui sont par la suite devenues leurs principes et qui pourraient se résumer comme qui suit:

-tout citoyen ottoman est égal devant la loi,
-les hommes naissent libres et vivent libres,
-il faut combattre tout obstacle devant la liberté,
-la liberté des hommes ne peut être limitée que par la loi,
-il ne faut pas réprimer le peuple au profit du salut de l'Etat,
-avertir le peuple et les dirigeants est la tâche des intellectuels,

[1] Etymologiqument parlant, les "Tanzimat" signifient les "mises en ordre".

-le peuple doit être conscient de l'époque et de la société dans lesquelles il vit,

-il faut limiter la durée du service militaire,

-il faut instaurer un système d'impôts juste et égal.

2. JOURNAUX PUBLIÉS EN TURC À ISTANBUL

2. 1. Takvim-i Vekayi (Calendrier des Faits) (11 novembre 1831)

C'est le sultan Mahmut II qui a fait publier ce journal. Nous pouvons alors le considérer comme un journal plutôt officiel. Voici l'histoire de ce journal:

Les gens qui s'intéressaient à ce qui se passait à l'étranger savaient que les journaux existaient depuis longtemps en Europe. Ils le signalaient souvent au sultan. De plus, les journaux publiés en français à Izmir avaient beaucoup de succès. L'existence de ces journaux entraînait de vifs débats au palais. A la fin, le sultan a donné l'ordre de publier un journal. C'est lui qui l'a baptisé «Takvim-i Vekayi». Dans son éditorial intitulé «Mukaddeme-i Takvim-i Vekayi» («Presentation de Takvim-i Vekayi»), il a précisé son but d'avoir un journal en disant qu'il faut que le peuple apprenne le plus vite possible des nouvelles.

Takvim-i Vekayi devait sortir une fois par semaine mais il n'a jamais paru hebdomadairement. Il est devenu, avec le temps, un journal qui sortait tous les quinze ou vingt jours sans accomplir sa fonction de devoir donner des nouvelles fraîches.

Bien qu'il ait été un journal officiel, il a eu des problèmes de fermeture pour raison de fautes typographiques. Il a été interdit d'abord 12 ans, puis 15 ans. Tavim-i Vekayi qui a commencé à réapparaître en 1908 a continué à sortir jusqu'à la fin du gouvernement d'Istanbul. Il a été fermé pour toujours le 4 novembre 1922.

2. 2. Ceride-i Havadis (Journal des Nouvelles) (3 juillet 1840)

Ceride-i Havadis était le deuxième journal publié en turc à Istanbul. Son propriétaire était un commerçant anglais, nommé William Churchill, correspondant d'Istanbul du journal, «Morning Herald». L'aventure de l'apparition du journal nous a parue bien intéressante et mémorable. Un de ces jours, William Churchill est allé, en 1836, chasser à Kadiköy, partie asiatique d'Istanbul. A la chasse, il a blessé un enfant et a été arrêté. A la suite de l'intervention de l'Ambassade de Grande-Bretagne, il a été libéré. Car les capitulations donnaient, à l'époque, aux étrangers des droits et des privilèges extraordinaires. Cet incident a eu bien d'autres conséquences. Le Ministre de l'Extérieur, Akif Paşa, a été limogé et est devenu Ministre de l'Intérieur. Quant à William Churchill, il s'est vu décoré d'un ordre de mérite brillant et muni d'une ordonnance impériale de 350.000 piastres turques pour l'exportation d'huile d'olive et d'une autorisation de publier un journal. Mais W. Churchill n'a pu utiliser le droit de publier le journal parce qu'Akif

Paşa occupait le poste de Ministre de l'Intérieur. Mais dès que ce dernier a quitté son poste, il a publié le journal, Ceride-i Havadis, le 3 juillet 1840.

Les premiers numéros ont eu des difficultés de vente. Le gouvernement a soutenu alors le journal avec une aide de 2500 piastres par mois pour qu'il continue à vivre. Il gagnait un peu avec des annonces. Il est à noter aussi que la première annonce de décès a été publiée dans ce journal. Malheureusement ce journal qui paraissait tous les dix jours au début est, par la suite, sorti moins fréquemment.

Parmi les éditorialistes du journal, nous pouvons mentionner Mehmet Efendi, Şair Ali, Ahmet Zarifi, Ebuziyya Tevfik, Ahmet Rasim, Sadrazam Sait Paşa, Şair İsmet, Emin Bey, Nüzhet Efendi, Siret Bey, Salih Efendi, Süreyya Bey.

Ceride-i Havadis accordait une place importante aux informations internationales et aux traductions littéraires. Les informations rapportées par W.Chirchill, envoyé spécial des journaux britanniques en Crimée, ont donné un élan à Ceride-i Havadis. Il est même sorti des numéros spéciaux sur la Crimée. Le journal a fermé ses portes le 27 septembre 1864, peu après la mort de W.Chirchill.

Takvim-i Vekayi et Ceride-i Havadis, étant considérés comme les pionniers de l'histoire du journal turc et publiés par le soutien de l'Etat, ils ne font pas partie, pour nous, des organes de presse indépendants parce qu'ils ne reflétaient pas l'opinion libre des éditorialistes. Le vrai journalisme a commencé par la parution des journaux avec la contribution considérable des intellectuels placés dans les mouvements de l'occidentalisation. Parmi les intellectuels en question, nous voyons Şinasi tant dans l'histoire journalistique que littéraire.

3. ŞİNASİ

Şinasi, dont le vrai nom était Ibrahim Şinasi, est né le 5 août 1826 à Istanbul, mais il est connu sous le nom de Şinasi.

Şinasi qui connaissait déjà l'arabe et le persan a appris le français par un officier français, Chateauneuf[2], installé à Istanbul et converti en islam. C'était son premier contact avec la langue et la civilisation françaises.

Il travaillait dans l'administration publique mais il rêvait de partir en France pour approfondir ses connaissances et compétences sur la vision du monde. Sous le sultan Mahmut II, l'Etat avait déjà envoyé des étudiants en Europe pour faire des études de professorat. Le sultan Abdulmecit, à son tour, a envoyé des employés brillants. Parmi ceux-ci se trouvait aussi Şinasi qui est parti pour Paris en 1849. Le gouvernement voulait qu'il travaille dans le domaine des finances en France. Tout en suivant l'ordre

[2] Avant de se convertir en İslam et de prendre le prénom "Reşat", l'officier français, Chateauneuf, avait remarqué la soif d'apprendre de Şinasi et a commencé à lui apprendre le français.

du gouvernement, il a consacré le reste de son temps à la langue et à la littérature, ce qui l'a emmené à avoir des contacts avec les intellectuels français de son époque tels qu'Ernest Renan, Alphonse de Lamartine, Pavet De Courteille, Emile Littré. Et grâce à ses relations de ce genre, il a été accepté en 1851, comme membre, à la «Société Asiatique», qui était une association sur les recherches des sciences orientales.

Şinasi a traduit des poèmes du français et les a publiés, par lithographie, dans un recueil intitulé «Tercume-i Manzume» (Traduction de poèmes) en 1859. Traduire des poèmes du français était une première dans l'histoire littéraire turque. En outre, il a commencé à composer une comédie qui avait pour titre «Mariage de poète». Mais il passait aussi beaucoup de temps avec les journaux et la presse en général.

L'étude de langues était toujours une passion pour lui. Néanmoins, pendant son séjour, la visite des membres de «l'Association de Nouveaux ottomans» à Paris le gênait beaucoup. Il a dû retourner dans le pays où il s'est occupé plus de l'impression de la presse que du journalisme proprement dit. Il a lancé une nouveauté en réduisant le nombre de caractères d'alphabet ottoman, basé sur l'alphabet arabe. Effectivement il a utilisé 112 caractères à la place d'environ 500 et, ainsi, il a facilité énormément la tâche d'impression.

Son séjour d'environ 5 ans en France lui a été très utile, car il a eu l'occasion de découvrir la littérature française qu'il ignorait. La pureté de sa langue et la clarté de ses phrases étaient remarquables et se faisaient remarquer pour la première fois dans la littérature turque. Même ses lettres qu'il envoyait à sa maman reflétaient ce changement de style radical.

Le temps où a vécu Şinasi coïncide avec l'époque d'une européanisation massive. Pionnier du journalisme d'idées turc, il doit être cité en tête dans la réforme de notre art littéraire C'était un artiste qui, après avoir quitté le genre littéraire héritier de l'Orient, s'est dirigé vers les nouvelles tendances littéraires provenant de l'Occident. C'est lui qui a présenté le théâtre, la critique, l'article au peuple et aux représentants de la littérature turque. Bref, il mérite d'être mentionné, plus que les autres, comme le précurseur des nouveautés littéraires du pays.

3.1. Şinasi et Evolution de la Littérature turque

La littérature turque qui avait évoluée sous l'influence de la religion islamique à l'époque de l'Empire ottoman, a produit beaucoup de grands ouvrages dans de multiples patois et dans une géographie immense. A vrai dire, l'influence de la religion et de l'alphabet arabe a marqué non seulement la langue turque mais aussi sa littérature. Mais, à partir du 18^{e} siècle, la culture occidentale a commencé à peser sur la littérature turque.

Conformément à la déclaration des Tanzimat, le pays a tourné le visage vers l'Europe. L'influence de l'Occident était certainement plus ancienne et plus profonde puisque des livres de géographie, de pharmacie et de médecine avaient été déjà traduits en turc. Grâce aux Tanzimat, l'occidentalisation s'est rependue dans tous les domaines, sauf, quand même, dans le domaine de la foi, de l'ordre social et du style de vie. Au fur et à mesure que les relations avec l'Occident ont pris de l'élan, le paradoxe entre l'Orient et l'Occident dévoile les différends d'idées entre deux tendances. Les partisans de l'Orient et de l'Occident étaient désormais bien séparés les uns des autres pour ne pas dire qu'ils étaient en conflit.

Pendant que Şinasi séjournait en France, il y avait eu une révolte en France comme dans plusieurs pays européens. Le gouvernement provisoire en France avait décrété la république. Les mouvements de la jeunesse française avaient influencé aussi les Turcs vivant en France. Après son retour, Şinasi a commencé à parler de nouvelles idées qu'il avait acquises. Il divulgait des notions jusqu'alors inconnues du peuple: nouvelle constitution, république, nation, nationalité, liberté, parlement, élections, opinion publique, etc. Şinasi les a non seulement utilisées et expliquées mais aussi il a tâché de les banaliser auprès du peuple.

Le moyen le plus efficace de l'époque pour l'expansion de ces idées était sans aucun doute les journaux. Néanmoins, il n'y avait pas de journaux indépendants dans le pays. Les deux journaux de époque, Takvim-i Vekayi et Ceride-i Havadis ne convenaient pas pour atteindre cet objectif. Et Şinasi n'osait pas sortir de journaux à ce moment.

Pour diffuser ses idées, il a écrit des poèmes qui étaient les premiers exemples des poèmes politiques. Tout en composant des poèmes, il rêvait de sortir un journal dans ces moments délicats de l'époque.

3.2. Şinasi et Tercuman-i Ahval (Interprète des Faits) (21 octobre 1860)

A Istanbul, il existait, jusqu'en 1860, deux journaux[3], Takvim-i Vekayi et Ceride-i Havadis comme nous l'avons déjà évoqué.

Le premier journal indépendant, Tercuman-i Ahval, a été publié le 21 octobre 1860 par Agah Efendi et Şinasi sans soutien d'Etat. Dès qu'il est sorti, il a remporté un gros succès et s'est fait une place importante au sein de la population.

Bien que Şinasi n'ait publié que trois articles dans tout le temps qu'il a travaillé dans ce journal, sa contribution concernant la forme et le fond était bien plus grande que celle du propriétaire du journal, Agah Efendi. Dans son éditorial intitulé «Avertissement», ce dernier a souligné que le

[3] Autrement, il sortait treize autres journaux qui appartenaient aux minorités et aux ressortissants étrangers. Bref, il n'y avait pas de journaux privés dont le propriétaire était turc.

journal apparaissait conformément aux désirs de Şinasi et à ses initiatives actives (Seçmen 1972: 55).

La parution de Tercuman-i Ahval a déclenché la concurrence et la circulation d'idées dans les journaux. Elle est importante pour plusieurs axes:

1. C'était le premier journal privé dont le propriétaire était turc,
2. C'était un hebdomadaire mais, suite à la concurrence, il a engendré la sortie des quotidiens,
3. Le premier éditorial signé a été publié dans Tercuman-i Ahval,
4. La série d'articles a commencé dans ce journal,
5. Débats inter-journaux ont commencé dans ce journal,
6. Il a été le premier journal indépendant qui a été condamné à fermer,
7. C'était, pour la mise en page et le contenu, le premier journal turc conforme à la définition actuelle du journal.

Tercuman-i Ahval qui est sorti, au début, une fois par semaine, a multiplié sa fréquence de parution ; il est sorti ensuite deux fois, plus tard cinq fois par semaine. Il comprenait des informations officielles, nationales et internationales, des accords entre des pays, des règlements et des traductions. Concernant l'économie, on trouvait des informations sur le marché, la bourse, la liste des prix, des commentaires économiques. Les annonces privées et officielles trouvaient place dans les pages intérieures. Les articles portant sur la politique et l'économie étaient ceux qui attiraient le plus d'attention des lecteurs.

Du point de vue de la forme et de la multiplicité d'articles, il était exceptionnel. L'apparence du journal ressemblait vraiment à un journal occidental. Ceux qui ont acheté le premier numéro du journal étaient bien surpris de tomber sur des idées toutes nouvelles qu'ils n'auraient jamais imaginées.

Le journal, d'après Şinasi, est un organe d'idées. Car l'une des causes du développement de l'Occident provient du nombre multiple des journaux indépendants. Chaque membre de la société a le droit de diffuser, par oral ou écrit, ses opinions qu'il juge utiles pour le pays. Puisque le journal s'adresse au peuple, il doit être rédigé dans une langue claire que puisse comprendre chaque individu. Ces points de vue de Şinasi démontrent bien que notre journaliste était un occidentaliste qui aspire à une vie nouvelle.

Tercuman-i Ahval était un journal qui avait un rédacteur en chef, ce que n'avaient pas les précédents. Ce fut le début d'une coutume qui allait se poursuivre. Dans l'éditorial rédigé par Şinasi et intitulé «A commencer…», l'auteur a souligné les devoirs du journal et les services qu'il allait rendre. Il a annoncé que les lecteurs allaient trouver des informations ainsi que des articles instructifs. Il y a souligné aussi que les lecteurs pourraient s'exprimer librement, ce qui était du jamais vu. Cet éditorial de Şinasi était le premier article politique de notre histoire journalistique. Ses idées qu'il a signées nous rappellent les droits de l'homme de nos jours.

En outre, la pièce de théâtre de Şinasi, «Mariage de Poète», composée au style plutôt poétique, a été publiée, à partir du deuxième numéro du journal, comme un feuilleton dans quatre numéros de suite. Une autre nouveauté du journal était qu'il allait provoquer le premier débat de presse. C'était sa pièce qui avait déclenché cette polémique. Le journal publié à Istanbul, «Ruzname-i Ceride-i Havadis»[4] a qualifié cette pièce d'une «fable sans intérêt», ce qui a provoqué des polémiques pendant quatre numéros. A la fin, c'est Şinasi qui a dit les derniers mots et qui a mis fin à la polémique.

Finalement, Şinasi a quitté le journal après le 24e numéro pour des raisons inconnues. Il y en a qui avancent qu'Agah Efendi voulait publier uniquement des journaux alors que Şinasi désirait éditer aussi des livres dans l'imprimerie.

Enfin, Tercuman-i Ahval a paru pendant cinq ans et demi. Le dernier numéro date du 11 mars 1866.

3. 3. Şinasi et Tasvir-i Efkar (Description des Opinions) (27 juin 1682)

Apres avoir quitté Tercuman-i Ahval qu'il publiait avec la complicité d'Agah Efendi, Şinasi a cherché à avoir un journal à lui seul. Il a publié Tasvir-i Efkar le 27 juin 1862. Il paraissait deux fois par semaine. Il contenait des colonnes d'articles et des rubriques à thème, aussi bien que des informations nationales et internationales comme il se devait dans un journal de notre époque.

Tasvir-i Efkar a remporté, dès le premier numéro, un grand succès. Le Ministre des affaires étrangères, Fuat Paşa, l'a aussi beaucoup apprécié et l'a présenté au sultan Abdulaziz. Celui-ci a aussitôt envoyé 500 pièces d'or pour le récompenser de son succès. Şinasi les a refusées en disant «Je n'ai rien à faire avec cette somme d'argent» afin de ne pas compromettre l'indépendance du journal. Ce comportement exemplaire montre bien son honnêteté.

Şinasi énumère les objectifs du journal ainsi: informer le peuple des nouvelles, parler au peuple de ses problèmes et le faire réfléchir là-dessus. Il envoyait aussi un avertissement à l'égard des autorités: le gouvernement ne peut être fort que s'il défend les intérêts du peuple.

Ce journal, après Şinasi, allait aussi étudier les problèmes de la science et de l'éducation: «Le peuple ne peut s'exprimer que par l'intermédiaire du journal. C'est la raison pour laquelle le journal est indispensable pour toute nation cultivée» (Inugur 1982: 193).

Tasvir-i Efkar était un journal beaucoup plus raffiné que les trois précédents. Son vrai succès venait de la place qu'il donnait à l'expression des

---

[4] William Churchill qui publiait Ceride-i Havadis avait laissé la direction de son journal à son fils, Alfred Churchill, peu avant sa mort. Celui-ci a sorti, le 25 septembre 1864, Ruzname-i Ceride-i Havadis à la place de Ceride-i Havadis. Il paraissait cinq fois par semaine.

idées. C'est surtout l'expression d'idées de liberté de Şinasi qui a été beaucoup appréciée dans l'histoire de la presse turque. Effectivement les articles les plus réfléchis, les plus instructifs et les plus accessibles étaient composés par sa plume. Son but était de former un journalisme progressiste. C'était lui qui utilisait avec courage les mots «nation» et «conseil». C'était encore lui qui avait utilisé la première fois le mot «Président de la République».

Certains de ses articles critiquaient sévèrement le gouvernement qui se sentait de plus en plus gêné. Mais Şinasi n'arrêtait de traiter avec habileté des sujets comme l'opinion publique et la liberté d'expression qui fâchaient. Il a osé écrire des articles qui ont contribué à former le peuple. Ainsi, Şinasi était le premier journaliste à souligner que le journal devait aider le peuple à former une opinion publique. Et le minuscule bureau de direction de Tasvir-i Efkar a été, de 1862 à 1864, le centre des idées progressistes. Les jeunes partisans de la modernité se sont réunis autour de ce journal.

L'adresse des premières polémiques littéraires était aussi Tasvir-i Efkar. Les intellectuels du pays ne manquaient aucun numéro du journal. A cause d'un complément du nom dans un article publié du journal «Ruzname-i Ceride-i Havadis», une polémique a éclaté et s'est engagé un débat grammatical qui a duré deux mois et demi. Les remarques modérées et convaincantes de Şinasi ont mis fin à cette polémique. Pendant cette polémique, Şinasi n'est jamais tombé dans le «hors sujet». L'importance de ce débat vient du fait que la littérature était bien à l'ordre du jour et que la critique avait débuté. Quand on étudie son comportement dans une critique, on remarque des points suivants (Inugur 1982: 194).

-Il ne faut pas s'éloigner du sujet,

-Il faut soutenir ses propos avec des preuves,

-Il faut garder son objectivité,

-Il faut reconnaître ses fautes signalées par l'adversaire,

-Il ne faut pas minimiser ses adversaires,

-Il ne faut pas abuser la personnalité de ses adversaires.

Les éléments cités ci-dessus sont aussi ceux de la critique actuelle. Şinasi donne, surtout avec son style de critique, un bon exemple pour susciter l'esprit critique au sein du peuple turc.

Si tout allait bien pour le journal Tasvir-i Efkar, ce n'était pas le cas pour le gouvernement. Au fur et à mesure que les critiques montaient à l'égard des dirigeants, le gouvernement a haussé le ton et a commencé à prendre Şinasi pour cible puisqu'il était un journaliste révolutionnaire, ce qui a suffi à Şinasi pour qu'il se sente dans l'embarras. L'arrestation de son ami, Said Sermed, pour tentative d'attentat contre Ali Paşa, a fait déborder le verre ; Şinasi était vraiment coincé. Il a fui du pays pour partir à Paris en 1865, en laissant la direction du journal à Namik Kemal, homme littéraire et connu sous le nom du «poète de patrie». Celui-ci, à son tour, a été interdit du journalisme

pour avoir écrit une série d'articles intitulés «Problème d'Orient», et il s'est enfui lui aussi du pays pour la France, en laissant la direction du journal à un autre écrivain, Recaizade Ekrem. Tasvir-i Efkar a fermé ses portes peu après.

4. CONCLUSION

La première période du journalisme turc a commencé par le journal officiel, Tekvim-i Vekayi, et par celui qui était demi officiel, Ceride-i Havadis, la deuxième période par les journaux indépendants, Tercuman-i Ahval et Tasvir-i Efkar.

Il n'est pas besoin de répéter que notre vraie histoire journalistique a débuté par la deuxième période, soit Tercuman-i Ahval puisque les idées libres et indépendantes n'ont trouvé premièrement de la place que dans ce journal. Et l'aventure journalistique de Şinasi aussi a commencé par Tercuman-i Ahval avant de se mûrir dans Tasvir-i Efkar qu'il a publié lui-même. C'est certainement pour cette raison-là qu'en 1960, on a fêté le centenaire du journalisme turc et publié des timbres pour sa mémoire.

En dehors de sa carrière journalistique, Şinasi était aussi un homme de lettres. Il a consacré sa vie à l'occidentalisation du pays dans le but de transformer profondément l'organisation politique et sociale. Le journal était son flambeau qui éclaircissait le chemin qu'il suivait: il a diffusé ses idées, il a suscité le peuple, il a purifié la langue turque en donnant un coup de bistouri à la langue ottomane[5] du palais. Les jeunes représentants des Tanzimat, invités par les idées modernistes publiées dans les journaux se sont réunis autour de lui pour banaliser les notions occidentalistes, la morale européenne, le changement de l'ordre social, le monde de la liberté, la pensée progressiste et les valeurs universelles.

Pourtant, l'aventure journalistique de Şinasi n'a pas duré longtemps. Il a travaillé seulement six mois dans Tercuman-i Ahval, trois ans dans Tasfir-i Efkar. Sa production littéraire était bien limitée à des poèmes et une pièce de théâtre. Mais son influence a été immense, car il a lancé de nombreuses nouveautés qui ont marqué l'histoire journalistique. La presse turque se vante d'avoir eu, dans son histoire, un tel génie qui n'a pu achever le «Dictionnaire de langue» qu'il était en train de préparer.

---

[5] Un mélange de langues turque, arabe et persanne.

OUVRAGES CONSULTÉS

Şapolyo, Enver Behnan. **Turk Gazetelilik Tarihi ve Her Yönüyle Basin**, Guven Matbaasi, Ankara, 1969.

Seçmen, Huseyin. **Şinasi**, Turk Dil Kurumu Yayinlari, Ankara Universitesi Basimevi, 1972.

Ebuziyya, Zeyyad. **Şinasi**, Iletişim Yayinlari, Istanbul, 1997.

Dizdaroglu, Hikmet. **Şinasi**, Varlik Yayinevi, Istanbul, 1954.

Gole, Nilufer. **Musulmanes et modernes**, Ed. La Decouverte, Paris, 1993.

İnuğur, M.Nuri. **Basın ve Yayın Tarihi**, 2. basım, Çağlayan Basımevi, Istanbul, 1982.

Koloğlu, Orhan. **Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın**, İletişim yayınları, Istanbul, 1992.

Hürriyet Gazetesi, **Türk Edebiyatı Tarihi**, Hürriyet Gazetesi yayınları, İstanbul, 1969.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

ROMANIAN MEDIA ASPECTS IN A SOUTH-EASTERN EUROPEAN CONTEXT - FOCUS ON THE MEDIA NGO SECTOR -

CRISTINA NISTOR[*], RARES BEURAN[**],

ABSTRACT. The present study is part of a larger study that has been conducted within an international research program of Columbia University, New York, coordinated by Mrs. Hawley Johnson, Program Director.

The research, from where this fragment has been extracted, aims to investigate the profile of the media, focusing on the media NGO's sector, from five South-Eastern European countries: Romania, Macedonia, Kosovo, Bosnia Y Herzegovina and Serbia Y Montenegro.

The research is looking for answers at questions like 'are these organizations that have been founded and initially financially supported by international or national donors and institutions, self-sustainable?' or 'which are the biggest challenges indicated by the Media NGO sector from South-Eastern Europe?'

The text presented bellow, represents a fragment extracted from the 'Romania chapter' of the study, edited (English language revised) by Mrs. Hawley Johnson, Program Director.

Compared to other transition countries in the region its overall reform process has been somewhat sluggish, though there has been progress, particularly over the past five years. Recent power struggles between the National Liberal Party (NLP) and the Democratic Party (DP) have led to concern that the DP may leave the government[1]—amounting to a parliamentry emergency that overshadows reform processes and must be stabilized in order to move forward. Despite many positive indicators, the Romanian economy has been described as "overheating,"[2] and the country still requires additional sizeable investment from the international community in order to reach Western infrastructural and service standards.[3]

Romania's economy is the strongest of all the countries included in this research. Unemployment rates have gone down in the last four years,

[*] Assistant Professor (PhD candidate), Journalism School, Babes-Bolyai University, Romania.
[**] Associate Professor (PhD candidate), Journalism School, Babes-Bolyai University, Romania

[1] Economist.com Country Briefings: Romania, "Forecast," April 13, 2007, Economist Newspaper Limited, http://www.economist.com/countries/Romania/profile.cfm?folder=Profile-Forecast (accessed May 2, 2007).
[2] Ibid.
[3] Drept Online.

from 8.4% in 2002[4] to just 5% in September of 2006,[5] leaving Romania in a class of its own when judged against the other, far less stable, labor markets described in this report. Yet even with such encouraging figures, organizations we reviewed rated the economy of the media sector (77.8%) and financial needs (55.6%) as major challenges for the future. Considering its growing economy, and major reform undertaken for EU accession, one would expect Romania's media sector to be one of the most free and independent in the region, but this is not the case. Libel and defamation were finally decriminalized in June of 2006, but further reform of the code is still underway as of this writing, and new legislation regarding broadcast licensing, media concentration, and freedom of information has been stalled by parliament. Interestingly, surveyed organizations did not point to a lack of legal reform as a significant challenge and appear to see it as a decreasing obstacle going forward.

Table

Top major future challenges for organizations

Challenge	% "major" response
Economy of media sector	77.8
Financial needs	55.6
National economy Developing sustainable programs	33.3
Societal apathy Technological needs	22.2

Note: see Annex E for complete results of this survey question

As is seen in the rest of countries included in this report, the Romanian media sector suffers from weak professional ethics, poor employment conditions, and significant pressure from so-called "media barons" with strong political ties. Respondents in our survey are obviously aware of these issues, and indicated that professionalization remains a concern which demands attention, and maintaining independence would be an increasing challenge to organizations. Yet, according to the BBC,

[4] National Institute of Statistics, "Participarea Populatiei la Forta de Munca, pe Sexe si Medii (*Participation of Population in Labour Force, by Sex and Area*)," Institutul National de Statistica, http://www.insse.ro/Statistici/forta_munca/site_AMIGO_evol_ani.htm (accessed November, 27, 2006).

[5] National Institute of Statistics, *Economic and Social Evolution of Romania During 1.I-30.IX.2006* (Bucharest: Institutul National de Statistica) http://www.insse.ro/publicatii/BSL_2006/bsl9_2006.pdf (accessed November 30, 2006).

Romania has "one of the most dynamic media markets in Southeastern Europe."[6] Immediately after the December Revolution, in 1989, the country saw a boom in its mass media sector.

Hundreds of newspapers and magazines were being printed only a few weeks after the fall of communism. Numbers of media institutions grew extremely quickly from December 1989 through May 1990, so that in less than half a year there were more than 1,000 national and local publications, both dailies and weeklies, equaling an enormous amount of media in the previously arid media zone of communist Romania. About this rapid development, Manuela Preoteasa wrote that "Romanians cannot complain about the number of media outlets…There is only one problem—it is impossible to count the reliable ones…Despite such an impressive plurality of sources, independent media analysts cannot sleep well."[7]

Clearly, pluralism and rapid over saturation took place in Romania as they did in other transition countries, but in Romania these occurrences were spurred predominantly by private capital as opposed to donor investment. Consequently, many nascent outlets collapsed quickly in the competitive market as there were fewer forms of income artificially supporting them.[8] The failure of numerous outlets was due to a lack of experience or training—both on the editorial and managerial side—but there are also real concerns about the lack of an efficient media marketing system, bad management of budgets, and the general deficiency of know-how that is evident in a majority of media institution owners and media distributors. Organizations in our study, however, suggested that managerial challenges were on the decline. The absence of a discerning audience is an additional considerable problem, and societal apathy was seen as an ongoing organizational stumbling block by nearly a quarter of survey respondents.

---

[6] BBC News, "Country Profile: Romania," BBC, http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1057466.stm (accessed November 28, 2006).

[7] Manuela Preoteasa, "Romania," in *Media Ownership and its Impact on Media Indpendence and Pluralism*, edited by Brankica Petkovic, 404-424 (Ljubljana, Slovenia: Peace Institute, 2004) 404, http://www.mirovni-institut.si/media_ownership/pdf/romania.pdf (accessed May 2, 2007).

[8] Mihai Coman, *Behind the Scenes of the Fourth Power* (Bucharest: Carro Publishing, 1996).

Table
Pattern of respondents' concern for issues as future challenges

Patterns of Change (concern for the future)	Challenges
Increase *(overall or from minor to major)*	International political pressure Economy of media sector Maintaining independence Developing sustainable programs
No significant change	National political pressure Financial needs Societal apathy Technological needs Professionalization/Training
Decrease from major to minor *(but no overall decrease)*	Building audience/membership Increasing distribution
Overall decrease	National economy Lack of legal reform Managerial issues

Public opinion about journalists' professionalism is mixed. Some see those in the media as both professional and competent in their work, but others do not feel that journalists are objective in presenting the news or that they abide by professional ethics, and that the media serves the interests of politicians and businessmen. These opinions seem to be divided along certain demographic lines, with the educated, the young, and higher-income citizens more critical of the media's professionalism and bias, while inhabitants of rural areas and church-goers tend to have a more favorable attitude toward the press.[9]

The Romanian media sector mirrors in some ways the trends of politics in the country. Just as former communist politicians rapidly and discretely created the Social Democratic Party in the post-revolution era, calling themselves the politicians that would reform Romania, former communist journalists took what control they could of the fragile, newly-democratic media market through ownership. According to a report by the Romanian Center for Investigative Journalism, a group of former journalists, known as "formers" or "media dinosaurs," were able to gain control over much

[9] Mircea Comsa, et al., Open Society Foundation, *Public Opinion Barometer May 2006: Perceptions About Mass-Media* (Bucharest: OSF, 2006).

of the media market during the privatization process.[10] The result has been an ownership monopoly over many of the country's most important news sources which these "dinosaurs" have been able to use to their economic and, in some cases, political benefit. In spite of such significant pluralism in the market, most media are owned by just a few major monopolies—namely, Media Pro, Intact, Realitatea Media, and Ringier. The credibility of Intact's ownership, described by Preoteasa as the second most influential in the country,[11] has been called into question because the owner is not only the leader of a conservative political party but was also revealed to have been part of state security forces during the previous regime.

In the face of this reality, media ownership in Romania is surprisingly transparent for the most part, and considerably more so than in the other countries included in this study. A project funded by the US Embassy, called Media Index, details ownership of all the country's primary outlets and houses a database of legislation pertaining to the media. While this level of transparency is positive, and means that the public can be aware of the interests behind media outlets, it has not prevented their instrumentalization. Moreover, according to a 2005 EU study some companies are circumventing the laws by using off-shore accounts to mask their ownership of certain media.[12] As MediaSind writes, the media "is free but not independent."[13]

Encouragingly, political pressure leveled directly by the national government has reportedly dropped with the country's new leadership. Two primary forms of coercion have both become regulated. State advertising monies, used in the past to purchase biased coverage, have been significantly reduced and are now subject to a public procurement law—making those contracts more transparent. In addition, the rescheduling of debt owed by media organizations to the government is now monitored. For instance, the Romanian Press Club requires all members to disclose their debts and agree to repayment terms. Changes like these are beginning to help diminish the ubiquity of self-censorship, though pressures from non-governmental sources continue to abound.

The process by which businessman and politicians take control of media institutions and use them as instruments for political or business gain

---

[10] Stefan Candea, and Sorin Ozon, *The Media Dinosarus*, September 6, 2005, Romanian Center for Investigative Journalism, http://www.crji.org/news.php?id=55&l=2 (accessed May 2, 2007).

[11] Preoteasa, "Romania," 418.

[12] European Union Monitoring and Advocacy Program, *Television Across Europe: Regulation, Policy and Independence - Romania* (Gyoma, Hungary: Open Society Institute, 2005) http://www.eumap.org/topics/media/television_europe/national/romania/media_rom1.pdf (accessed May 2, 2007).

[13] MediaSind, *The Freedom and Independence of Romanian Press: Report for 2005-2006*, (Bucharest: MediaSind, 2006) 7, http://www.ifj.org/pdfs/romania2005.pdf (accessed May 2, 2007).

is one of the biggest problems confronting Romania's media sector. Freedom of the media has become a distorted concept as owners feel "free" to use the media for their own interests. International organizations, such as Amnesty International and Reporters without Borders, have drafted several reports in the past year which draw attention to the increasing political pressure on Romanian media. According to these organizations, this pressure takes place in different forms, often when local businessmen or politicians (sometimes one in the same) take control of the newspapers, radio, and TV stations in their community. In small towns, where the media are usually in a poor financial state and entirely dependent on direct sales, they are particularly vulnerable to political pressure. In some reported cases, these local politicians and businessmen hold the press under their thumb by threatening withdrawal of their advertising business, and thus revenue, from newspapers.[14] The European Union has reacted to these conditions, requesting that Romanian authorities modify some aspects of the press laws, to bring them more in line with European standards.

This phenomenon, of media controlled by business and political interests, is referred to by the Media Monitoring Agency as the "Berlusconisation" of the Romanian press, and has been a concern across Europe. Similar conditions exist in Macedonia and, to a lesser extent, in Bosnia and Serbia, and are even emerging in Kosovo. The result is that most local media are not profit-generating ventures, but tools through which their owners obtain influence. According to Ioana Avadani, Director of the Center for Independent Journalism, "a classic example is the triangle of interests: media–public authorities–other business of the owner. Through his media the businessman has a friendly attitude towards the authorities; in exchange, the authorities provide public contracts to the other companies of the businessman; profit made through these deals is directed towards the media institution which survives on criteria other than economics."[15] In addition to the influences and interests of business, much of the Romanian media is now controlled either directly or indirectly by members of the Romanian Social Democratic Party.[16] Reporters without Borders, indicates that "on the national level, to the detriment of the opposition, information pluralism is inadequate in the state-owned, as well as privately owned,

[14] Soria Blatmann and Jeann-Francoise Julliard, Reporters Sans Frontieres, *Caught Between Old Habits and Democratic Strides: Romanian Press at a Crossroads* (Paris: RSF, 2004), http://www.rsf.org/IMG/pdf/Rapport_Roumanie_GB-2.pdf., (accessed November, 27, 2006).

[15] Ioana Avadani, *The Press White Book* (Bucharest: MMA, 2004), quoted at: International Press Institute, "World Press Freedom Review 2004: Romania," http://www.freemedia.at/cms/ipi/freedom_detail.html?country=/KW0001/KW0003/KW0077/&year=2004 (accessed November 27, 2006).

[16] Blatmann and Julliard.

audiovisual sectors. State-owned media journalists object to the heavy pressures that are deflecting editorial policy, while private television stations' colossal indebtedness to the state represents a permanent threat to their independence."[17]

DONOR STRATEGIES

Few donors are providing support to independent media in Romania at this time. The country never had the same level of media assistance as others in this report because the transition there required less direct foreign intervention and the market itself had significant indigenous momentum. IREX made significant contributions to developing journalism programs at the universities, and the Independent Journalism Foundation, from New York, has provided substantial support to the Center for Independent Journalism in Bucharest as part of a network of such centers. In addition, the US Embassy and various European funders, including the Netherlands Embassy from Bucharest, the Konrad Adenauer Foundation from Germany, and the PHARE Program of the European Union, are active on a project-to-project basis. The Open Society Institute has also backed many media programs that specifically support the Roma population, not only to educate the public on their culture, but also to train Roma journalists.

ASSESSMENT OF SECTORS

Of the nine Romanian organizations reviewed for this study, only one was founded by a foreign NGO, and all others were founded by a local individual on their own or in cooperation with a foreign donor. This is a much higher rate of local involvement than in the other countries, and leadership has been very stable as all but one founder are still involved, and most provide expertise (55.6%), leadership, and funding (44.4%). Only one organizations has changed its mission, demonstrating a consistency of mandate. Perhaps because the economic environment is stronger, Romania had the most spin off organizations (4), all of which are not-for-profits.

[17] Ibid.

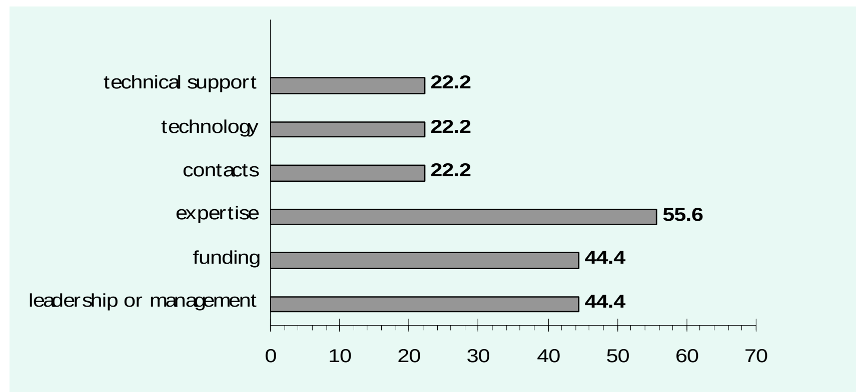


Figure. Founders provide the following to organizations they remain involved with (in %)

Financial Independence

Most of the organizations (85.7%) surveyed and interviewed for this report indicated an increased operating budget in the last five years, from both from domestic and mixed funding. Interestingly, considering the state of the media market, financial sustainability was not reported as a challenge at all. Only three organizations rely on donor funds and the rest are fully sustainable from membership dues, private domestic donations, and advertising or sponsorships. The resources seen as most important for fulfilling organizational goals in the coming years were donor support, and audience and member support (66.7%), followed by internal expertise and new technology (55.6%).

Table.
What resources (in %) are needed to reach your organization's goals?

Resource	Important	Very Important
Donor support	11.1	66.7
Advertising money	0	44.4
New technology	11.1	55.6
Audience and member support	11.1	66.7
Outside expertise (National)	11.1	22.2
Outside expertise (International)	11.1	33.3
Internal expertise	22.2	55.6

An important new initiative, still in its early stages, is Romania's "One percent Law," which aims to develop a national culture of philanthropy in support of civil society. The Law provides a mechanism whereby taxpayers can choose to allocate 1% of their annual income taxes to the NGO sector. In 2005, the first year after the Law was introduced, approximately 1.5 million euros (just over $2 million) were collected. The official figures for 2006, released in February 2007, indicate a collection of 17.7 million RON, equaling more than $7 million. That amount was collected with just 8.6% of a potential 6.5 million taxpayers opting to make a donation, up from 2% in 2005.[18] Analysts blamed the low return that year on a poor information campaign regarding the existence and function of the Law, but the potential for this system is remarkable, especially if numbers of taxpayers willing to donate continue to rise at such a rate.

[18] http://www.unulasuta.ro/rezultatenationale.htm accessed April 7, 2007

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

SPECIFICUL JURNALISMULUI CULTURAL ÎN AUDIOVIZUALUL PUBLIC ROMÂNESC - REPERE TEORETICE

OANA CRISTEA

Cap.1. Premize teoretice

1.1. Dimensiunea socio-culturală a mass-mediei

Mass-media, termenul global care desemnează mediile de comunicare în masă, este un teritoriu în continuă extensie, sincron cu evoluția noilor tehnologii. Dacă la începuturile jurnalismului presa scrisă şi, ulterior, agențiile de presă dețineau monopolul informației, secolul XX consacră radioul şi televizunea ca medii privilegiate de prelungire a comunicării interpersonale (față în față), modificând paradigma de cunoaştere a lumii, de la cea rațional-liniară, la cea emotiv-secvențială. Prin audiovizual creşte viteza de difuzare a informației şi are loc spargerea graniței dintre spațiul public şi cel privat. Democrația europeană, fundamentată pe dezbatere publică şi deschidere a spațiului public prin circulația tipăriturilor sec. XVIII, se găseşte azi expusă traficului audiovizual, asaltului tehnologic, care scurt-circuitează teritoriul mesajului scris, mult mai lent în difuzare. Ştirea scrisă pierde astfel bătălia în fața instantaneității cuvântului rostit. Granița timpului este prima limită depăşită de audiovizual. Mai mult, televiziunea extinde teritoriul dominației şi asupra spațiului. Imaginea ne face să fim acolo unde nu suntem, să credem ceea ce vedem. Adevărul se transferă privirii, nu gândirii; emoției, nu rațiunii. Reținem observația lui Dan Chiribucă, definitorie pentru funcția audio-vizualului: "în societatea contemporană, mass-media manipulează atât timpul, cât şi spațiul."[1] Francis Balle, autorul unei sinteze de referință despre media şi societate, comentează: "Mult timp informația se oprea la limita actualității, a noutăților, a ştirilor, fiind apanajul exclusiv al ziarelor şi agențiilor. Publică sau colectivă, informația conținea mai ales fapte şi comentarii. Ea se definea ca o categorie inedită a statului democratic: opera transformarea subiecților în cetățeni, a membrilor în partea întreagă a cetății."[2] Astăzi, mutația fundamentală s-a produs la nivelul divizării publicului în consumatori specializați, a pierderii sentimentului apartenenței la comunitate, în favoarea izolării în fața televizorului, care aduce lumea în

---

[1] Dan Chiribuca, *Tranziția postcomunistă şi reconstrucția modernității în România*, Cluj-Napoca, Editura Eikon, 2004, p. 197.

[2] apud. François-Henri de Virieu, *La médiacratie*, Flammarion, 1990, p. 12.

casa individului, şi nu individul în lume. Informaţia şi-a anexat noi teritorii, iar traiectoria ei s-a schimbat. Presa scrisă e în evident declin. Jurnalele de televiziune favorizează spectaculosul, dar sunt tot mai sărace în informaţie. Deşi ţine încă vârful audienţei, ştirea de televiziune manipulează în primul rând şi abia apoi informează. De aceea "informaţia pe care o căutăm şi suntem gata să o plătim este cea utilă, este cea care ne permite să acţionăm. Informaţia economică, de exemplu. Acest tip de informaţie o găsim din ce în ce mai puţin în gazete, din ce în ce mai puţin în agenţii, cu excepţia Agenţiei Reuter, care, sub conducerea lui Jerry Long, s-a dezvoltat pe acest teren, care corespunde exigenţelor unei lumi tot mai complexe, unde diviziunea muncii şi specializarea se accentuează. Informaţia aceasta o găsim în altă zonă a sistemului mediatic, zona neluminată, în care calculatoarele contează mai mult decât omul. Unde nu mai există jurnalişti, ci bănci de date. Aici informaţia este gestionată de calculatoare şi distribuită în reţeaua abonaţilor. Această informaţie reprezintă o adevărată putere, căci ea ajunge la oamenii care au învăţat să se servească de ea, care îi înţeleg sensul, care au plătit scump pentru a o obţine şi care ştiu să profite de ea."[3] Ultimele decenii au accentuat caracterul *personalizat* al comunicării de masă, în măsura în care noile media, internetul, revistele electronice, forumurile web, orientate spre o nişă bine precizată a audienţei, au provocat replici în strategia audiovizualului, de diversificare a ofertei după nevoile "publicurilor", specializate şi ele. Creşterea vitezei de circulaţie a mesajului favorizează metisajul culturilor, intensificarea schimburilor de informaţie. În problema tehnologiei noilor media, simţim deja felul în care influenţează ele formele cunoaşterii, mediul politic şi social, cultura în general. Suntem contemporani cu modificări structurale fundamentale ale societăţii, operate de impactul noilor tehnologii, de care nu mai putem face abstracţie în analiza efectelor axiologice ale mass-mediei. Trebuie ţinut cont că "termenul de mass-media include dimensiuni diferite: mijloace, conţinuturi şi publicuri distincte. [...] Mass-media este conectată în egală măsură la cele trei componente majore ale spaţiului social: politicul, cultura şi economia. Astfel, deşi are statutul unei componente distincte a spaţiului social, modul în care mass-media se structurează instituţional şi influenţa pe care o exercită asupra spaţiului social în ansamblul său sunt determinate decisiv de caracteristicile celor trei componente menţionate. În acelaşi timp, mass-media reconfigurează structural caracteristicile elementelor şi a relaţiilor dintre acestea şi <<comportamental>> fiecare din cele trei domenii menţionate."[4]

---

[3] François-Henri de Virieu, *La médiacratie*, Flammarion, 1990, p. 13.
[4] Dan Chiribuca, *op, cit*., p. 186.

Relația dintre mass-media şi societate poate fi analizată din trei perspective: cea privind funcțiile presei (în termenii consecințelor globale), cea privind efectele presei (ca influențe punctuale) şi cea a rolului presei (misiuni generale atribuite acestor sisteme). Cel mai adesea, termenul "funcție" cumulează toate cele trei moduri de abordare, deşi Mihai Coman insistă asupra diferențelor conceptuale între rol, funcție şi efect. În studiul de față vom insista pe aspectul global, al consecințelor socio-culturale, în măsura în care istoria mass-mediei este şi "istoria trăirilor, a reacțiilor sociale, a mobilizărilor pe care mesajele purtate de presă le-a declanşat." [5]

Sociologii şi analiştii fenomenului mediatic tratează mass-media ca "agent al schimbării şi indicator de stare al societății."[6] E general acceptat faptul că "presa răspunde unor nevoi şi aspirații, clare sau difuze, ale indivizilor şi colectivităților - fiind modelată astfel de solicitările sau aşteptările acestora- şi că, simultan, exercită o seamă de influențe asupra vieții sociale, modificând acțiunile indivizilor şi grupurilor."[7] Din această perspectivă, o analiză a evoluției genurilor jurnalismului cultural, în audiovizualul românesc postdecembrist, devine un instrument de studiu al evoluției socio-culturale şi, mai ales, a mutațiilor valorilor culturale şi de civilizație suferite de societatea românească în ultimii 16 ani. În condițiile în care cultura media oferă maselor modelul dezirabil al existenței, ne punem întrebarea cu privire la şansele culturii înalte, de a mai ajunge la publicul cel mai divers, de a depăşi cercul elitist al inițiaților. Studiul acesta poate constitui baza unor strategii de programe în audiovizualul românesc, care să readucă în atenție cultura autentică, să combată invazia subculturii, să restabilească valoarea ca principal criteriu se selecție în grilele posturilor publice de radio şi televiziune, conform obligației lor de a asigura reprezentativitatea tuturor categoriilor socio-culturale în grilele de programe.

1.2. Jurnalism cultural versus cultura media

Cultura media este termenul care desemnează un fenomen istoric relativ recent. Filmul, radioul, publicațiile, revistele, presa şi publicitatea au deschis, în deceniul patru al secolului XX, calea consumului cultural de masă, care şi-a impus atributele în tipul şi calitatea produselor culturale din mass-media. Televiziunea este însă cea care a consacrat cultura media ca produs de consum, cu pronunțat caracter comercial, adresată unui public larg. Inevitabil, goana după audiență în audiovizual a dus la producerea unor artefacte, la coborârea ştachetei conținutului în favoarea divertismentului facil, pe gustul celui mai divers public. Douglas Kellner analizează, în studiul său,

[5] Mihai Coman, *Introducere în sistemul mass-media*, Iaşi, Editura Polirom, 2004, p. 81.
[6] Dan Chiribuca, *op.cit.*, p. 188.
[7] Mihai Coman, *op. cit.*, p. 81.

"*Cultura media*"[8], mecanismele manipulării mediatice şi efectele indirecte ale culturii de masă. "Cultura media este într-un anume sens cultura dominantă; ea a înlocuit formele culturii elevate ca centru al atenției culturale şi a impactului asupra unui mare număr de oameni. Mai mult decât atât, formele vizuale şi audio ale culturii media înlocuiesc formele livreşti şi necesită un nou tip de <<alfabetizare>> media în vederea decodării acestor noi forme culturale. În plus, cultura media a devenit o forță dominantă de socializare, imaginile şi celebritățile mediatizate venind să înlocuiască familia, şcoala şi Biserica, în calitatea lor de arbitri ai gustului, ai valorilor şi ideilor, propunând noi modele de identificare şi producând imagini rezonante în stil, modă şi comportament." [9]

Decurg de aici două reacții care se potențează reciproc:

Pe de o parte, informația culturală din pagina scrisă sau cea difuzată în primele decenii ale radioului a suferit drastice modificări de abordare. Tonul academic al cercului profesionist al comentatorilor care se adresează publicului, legitimați de statutul de specialişti, a cedat în favoarea jurnalistului care vânează amănuntul spectaculos, capabil să atragă audiența, să vândă produsul. Ştirea culturală în sine nu mai prezintă interes în jurnalele posturilor comerciale de radio sau televiziune. Dacă nu vinde o informație mondenă sau un eveniment provocat de un artist din *starsistem*, ştirea nu se editează, nu ajunge la public. Interviul şi reportajul cultural se regăsesc în programele posturilor publice, accidental în programele posturilor comerciale. Stilul liniar, narativ al textului scris este înlocuit cu puzzle-ul secvențial, discontinuu al imaginii, ce răspunde unui public care judecă cu afectul, tot mai nerăbdător, consumator al clipei. Însuşi modul discontinuu al consumului programelor radio-tv justifică această atitudine. "The medium is message" - *mediul este mesajul*, celebra formulare a lui McLuhan, suportă nuanțări. "Pentru McLuhan conținutul comunicării nu contează. El afirmă că efectul cel mai important al comunicării de masă constă în modificarea obiceiurilor noastre de percepție şi gândire. […]Tehnologia, şi în special mass-media, a avut ca efect privilegierea unor simțuri în detrimentul altora. Astfel, tiparul a favorizat vederea, fapt ce a influențat gândirea noastră prin liniaritate, secvențialitate, regularitate, repetiție şi logicitate."[10] Privirea, simț privilegiat în mass-media, transmite mesaje instantanee, care nu ne solicită rațiunea, dar ne implică emoțional, ne transmit imaginea unui model recognoscibil în stilul de viață şi aspectul tuturor consumatorilor de media. "Unificând sfere sociale anterior distincte, mass-media electronică a anulat linia de despărțire dintre spațiul public şi cel privat, separând în acest fel legătura tradițională dintre locul fizic şi cel social. Rezultatul este difuziunea

---

[8] v. Douglas Kellner, *Cultura media*, Iaşi, Editura Institutul European, 2001, p. 29.
[9] Ibidem, p. 29.
[10] Dan Chiribucă,*op. cit.*, p. 193.

identității de grup."[11] De aici decurg efectele sociale ale izolării individului, ale scăderii sentimentului apartenenței la comunitate, de unde şi modificări ale obiceiurilor culturale, reflectate în oferta mediilor comerciale.

Pe de altă parte, noile forme ale experienței şi subiectivității oferite de cultura media nu puteau să nu influențeze creația artiştilor din toate zonele artei. Hibridarea genurilor, naşterea unor forme spectaculare noi, născute din interferența cu noile tehnologii media e caracteristica artei contemporane. În artele vizuale se impun noi specii inspirate de cultura dominantă a imaginii. Instalația video, sculpturi sonore, ecranul de televizor şi în general, întregul vocabular al noilor medii e recognoscibil în creațiile contemporane. În artele spectacolului ultimele decenii au dus la hibridarea genurilor: naşterea teatrului-dans, a teatrului-imagine, a formelor nonverbale de teatru sunt expresia felului în care cuvântul a cedat terenul expresivității în fața sunetului şi imaginii, ca efect al diseminării culturii media pe toate palierele artei contemporane. În muzică noile tehnologii au oferit o diversificare fără precedent a modalităților de a obține şi experimenta noi spații sonore. În dans, camera video impune noi exigențe şi un gen nou: dans pentru camera video. Creatorii nu rămân insensibili la modificările de sensibilitate şi percepție ale publicului, antrenate de cultura media şi de noile tehnologii. Creația lor, atentă la ritmurile şi realitatea unei lumi expuse la supradoza de informație şi divertisment mediatic, părăseşte elitismul culturii înalte şi aspiră să intre în topul culturii de consum, bine plătite, cu recunoaştere imediată şi loc asigurat în *starsistem*.

Suntem contemporani cu o epoca în care paradoxul culturii se traduce prin declinul culturii elitiste şi creşterea rolului culturii de masă. "Cultura joacă un rol din ce în ce mai important în toate domeniile vieții contemporane, având funcții diverse în arena socio-economică. În economie, forme culturale ispititoare influențează cererea consumatorilor, produc nevoi şi modelează o identitate consumatoristă cu valori de acelaşi tip. În sfera politicului, imaginile media au produs un nou tip de politică, ce plasează media în centrul vieții politice. În cadrul interacțiunilor sociale, imaginile media direcționează modul în care ne reprezentăm propriul nostru sine în viața cotidiană, modul în care ne relaționăm cu ceilalți şi ne creăm sistemul de valori şi țeluri. Pe măsură ce activitatea productivă devine mai puțin importantă, creşte relevanța timpului liber şi culturii ca centre de greutate ale sistemului de valori."[12]

În condițiile în care cultura de masă s-a impus ca model cultural dominant al societăților democratice, se naşte întrebarea cu privire la destinul rolului formator-educativ al mass-mediei. Dacă tratăm problema în termenii opoziției *cultură de masă*, *jurnalism cultural*, se cere observat că nici unul din manualele de jurnalism nu tratează separat jurnalismul

---

[11] Ibidem, p. 193.
[12] Douglas Kellner, *op.cit*., p. 30.

cultural, ca tip aparte al jurnalismului. Claude-Jean Bertrand[13] aminteşte, între tipurile de jurnalism, jurnalismul literar (tipic european), în care observarea realității se face cu metode specifice literaturii, cu scopul de a transmite cititorului realitatea simțită de autor. Jurnalismul cultural este, aşadar, o specie "neomologată" a jurnalismului, pe care manualele o includ în practica jurnalismului universal, cât timp operează cu aceleaşi genuri informative, de la ştire la anchetă şi documentar. În competiția cu cultura de masă, promovată de mass-media, jurnalismul cultural, ca promotor al culturii "înalte", îşi vede amenințată legitimitatea şi se cere o analiză a genurilor cu care operează jurnalismul cultural şi a mijloacelor prin care poate el concura cultura media, comercială şi mai ales majoritară în opțiunea publicului larg. Din acest punct de vedere se justifică disjuncția: *jurnalism cultural* versus *cultură media*; fără a nega evidența faptului că nu se mai poate vorbi de prima fără a ține cont de dominația celei de a doua. Dar, aşa cum publicurile s-au fragmentat şi specializat, şi piața mass-media a găsit soluția ofertei specializate. "Teatrul, opera, baletul, concertele nu au dispărut de pe micul ecran când televiziunea a devenit mijloc de informare de masă, dar lipsesc de pe canalele comerciale la orele de mare audiență şi sunt rare pe canalele publice. Aceste spectacole par rezervate de acum înainte canalelor de televiziune prin cablu, ca *Arte* în Germania, sau *Arts&Entertainment* în Statele Unite."[14] Canale tv culturale, difuzate prin cablu, contra cost, par a fi soluția găsită de apărătorii cauzei culturii în jungla posturilor comerciale. Succesul canalului franco-german Arte, sau Canal+, Mezzo ori TVR Cultural constituie răspunsuri competitive la piața mediatică internațională, unde fiecare îşi caută un loc şi mai ales se bate pentru audiența fidelă.

1.3. Mass-media în tranziția românească

Cazul revoluției române transmise în direct de televiziunea națională este deja clasic, intens citat şi analizat în studiile culturale, ca exemplu pentru felul în care televiziunea îşi depăşeşte atribuțiile de mediu de reflexie al realității istorice şi devine, pentru acele săptămâni din decembrie '89, *realitatea* însăşi, cea care mobilizează o întreagă națiune prin intermediul micului ecran. Oamenii au fost chemați să apere cu mâinile goale televiziunea, nu sediul guvernului provizoriu, ca simbol al puterii nou instaurate, loc privilegiat al diseminării mesajelor către popor. Aceeaşi realitate va fi ulterior manipulată, tot prin intermediul imaginilor, dovedind că imaginea şi, implicit, informația e sinonimă cu puterea. În felul acesta şi-au refăcut intrarea televiziunea şi radioul în viața publică românească, după

[13] v. Claude-Jean Bertrand, *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, Iaşi, Editura Polirom, 2001, p.46.
[14] Ibidem, p. 50.

decenii de aservire politică şi ideologică. Între timp, peisajul mediatic românesc s-a diversificat. Şi-au făcut apariţia noi actori pe scena mediatică, iar concurenţa posturilor comerciale de radio şi televiziune au pus sub semnul întrebării rolul şi misiunea posturilor publice. Aflată ea însăşi în tranziţie, la fel ca întreaga societate românească, mass-media publică îşi regândeşte statutul în raport cu misiunea sa informativă.

Cei 16 ani de tranziţie românească dinspre comunism spre capitalism trebuie judecaţi nu doar din perspectiva efectelor economice, ci global, pentru că "procesul tranziţiei nu priveşte exclusiv sfera economică şi este departe de a consta doar într-un transfer de proprietate dinspre public spre privat. Capitalismul este mai mult decât un sistem economic. El este, în egală măsură, dacă nu cumva în primul rând, un model cultural."[15] Acest model cultural, pe care România are tendinţa să îl importe "la pachet" dinspre societăţile capitaliste, suportă analize şi critici, dar mai ales ajustări la specificul societăţii şi al instituţiilor româneşti, atâta timp cât, "dincolo de determinantele sale instituţional economice, actualul proces de tranziţie a societăţii româneşti reprezintă un proces de tranziţie culturală."[16]

Societatea românească, grăbită să recupereze deceniile de stagnare, are tendinţa să accepte modele neadecvate structurii culturale a societăţii şi uită că, în acelaşi timp cu societatea, şi instituţiile parcurg un proces lent de tranziţie dinspre sistemul planificării centralizate spre cel de piaţă, al cererii şi ofertei. "Valorile fundamentale ale unei societăţi încarnate în instituţii şi transmise prin educaţie se organizează într-un sistem de foarte mare coerenţă şi stabilitate. Aceste valori formează structura culturală a unei societăţi, structură care nu poate evolua decât foarte lent, iar dacă instituţiile şi personalitatea indivizilor trebuie să se schimbe profund, aceasta nu se poate face în mai puţin de o generaţie."[17] Suntem grăbiţi să recuperăm deceniile de izolare economică şi culturală. Această forţare a evoluţiei pare să fie cauza unor distorsiuni axiologice promovate masiv de mas-media românească, pentru care justificarea cotei de piaţă a ocultat funcţia culturală a mass-mediei. Pe de altă parte, importul modelelor mediatice occidentale e o realitate românească a deceniului 10. Michel de Certeau, citat de Mihai Coman, vede în globalizarea media o nouă formă de colonialism. "Cultura devine terenul unui neocolonialism. Tehnocraţia contemporană îşi instalează aici imperii, în acelaşi mod în care naţiunile europene ale sec. XIX ocupau, militar, continente dezarmate. Trusturile raţionalizează şi rentabilizează producţia de semnificaţii, ele umplu cu produsele lor spaţii imense, dezarmate, semi-somnolente ale culturii. Toate

[15] Dan Chiribucă, *op. cit.*, p. 132.
[16] Francis Balle, *Medias et Societés*, Paris, Montchrestien, 1990, p. 135.
[17] Forse Mendras, apud. Dan Chiribucă, *op. cit.*, p. 137.

formele de necesitate, toate slăbiciunile dorinței sunt acoperite, adică inventariate, tratate şi exploatate de producătorii comunicării de masă."[18]

Jurnalismul cultural se conturează în acest peisaj mediatic, dominat de politic şi social, de urgențele audienței de masă, de invazia subculturii, ca accesoriu de plan doi al mediilor. Exilată din paginile ziarelor, la faptul divers, neinclusă în jurnalele audiovizualului comercial, informația culturală trebuie să învețe să îşi recucerească dreptul la existență în peisajul mediatic. Canalele specializate, explicit culturale, Radio România Cultural şi TVR Cultural, au găsit formule de dinamizare a informației şi emisiunilor dedicate culturii "înalte", au recâştigat audiența pe segmentul de piață vizat. O analiză detaşată a specificului pieței audiovizualului românesc, aşa cum se citeşte ea din genurile jurnalismului practicat la noi în ultimii 16 ani, poate oferi soluții privind recuperarea rolului formator şi educativ al mediilor, prin revalorizarea jurnalismului cultural.

Cap.2 Limba scrisă, limba vorbită. Specificul textului jurnalistic

2.1. Limbajul jurnalistic

Indiferent de mediul folosit, cuvântul e vehiculul mesajului în jurnalism. Fie că scriem pentru presa scrisă sau electronică, fie că urmează să fie ascultat, textul jurnalistic se supune unor exigențe ce țin de accesibilitatea şi precizia limbajului, destinat unui public larg, divers ca educație şi preocupări. Dar, după cum apreciază Luminița Roşca în studiul său dedicat producției textului jurnalistic, "limbajul jurnalistic reprezintă o modalitate specifică de selecție şi asamblare a faptelor de limbă, ca o consecință a rigorilor impuse de o situație de comunicare."[19] Condițiile de manifestare a limbajului jurnalistic țin de "transmiterea unui mesaj scris/oral, de către un jurnalist către un receptor, în condițiile unei instituții mass-media."[20] Destinația explicită a textului jurnalistic, ca expresie a limbajului jurnalistic, rămâne să îi justifice apartenența la unul din stilurile funcționale ale limbii române, statut pe care l-a câştigat, la noi, relativ târziu. "Un text este acceptat ca text jurnalistic numai în contextul unui suport cunoscut de public (ziar, program de radio, de televiziune sau fluxul unei agenții de presă)."[21] Dincolo de destinația lui şi de existența canalului de comunicare, sunt şi alte caracteristici ale unui text pentru a aparține limbajului jurnalistic?

În aceeaşi lucrare, Luminița Roşca punctează momentele parcurse de limbajul jurnalistic până la recunoaşterea lui ca stil funcțional al limbii române. Trebuie precizat că, în sfera stilisticii lingvistice, limbajul se

[18] Apud. Mihai Coman, *op. cit*., p. 141.
[19] Luminița Roşca, *Producția textului jurnalistic,* Iaşi, Editura Polirom, 2000, p. 21.
[20] Ibidem, p. 21.
[21] Ibidem, p. 97.

numeşte *stil funcțional*. "Problematica limbajului jurnalistic românesc a intrat în sfera de interes a cercetătorilor limbii începând cu anii '60, odată cu promovarea teoriilor legate de stilistica funcțională. […] Dezvoltând teoria stilurilor funcționale ale limbii, Ion Coteanu nega, în 1960, existența stilului publicistic, care, aflat la incidența stilului beletristic cu cel ştiințific, nu s-ar constitui într-o unitate funcțională a limbii."[22] Nici studiile ulterioare ale lui Ion Coteanu nu includ stilul publicistic între stilurile funcționale ale limbii (1973, 1985, *Stilistica funcțională a limbii române*.[23]) Gheorghe Bolocan, în urma unei analize statistice pe un eşantion de publicații din două perioade distincte ale presei româneşti (1920-1930 şi 1950-1960)[24], evaluează cantitativ şi calitativ un număr de 70 000 de termeni, din care extrage fondul principal lexical al stilului jurnalistic. Studiul evidențiază predilecția pentru neologisme, provenite în majoritate din sfera socio-politică, şi precumpănirea substantivului în frază. Gh. Bolocan dovedeşte, prin identificarea fondului principal lexical şi a specificului lexical al stilului gazetăresc, legitimitatea recunoaşterii lui ca stil distinct al limbii române. Anii '70-'80 aduc noi contribuții la studiul stilului jurnalistic, prin Paula Diaconescu, care include în studiul limbii literare studiul stilurilor în evoluție, între care un loc important îl ocupă stilul jurnalistic. Alexandru Andriescu (1979) defineşte limbajul jurnalistic, în *Limba presei româneşti*, printre "varietăți ale limbii ieşite din procesul istoric de diferențiere a mijloacelor de comunicare verbală, în baza alegerii şi combinării unor fapte de limbă, în funcție de scopul urmărit, care implică intențiile transmițătorului şi presupune satisfacerea necesităților de informare a destinatarului."[25] În concluzie, funcționalitatea stilului jurnalistic rezultă din factori extralingvistici, ce țin de scopul comunicării, intenția transmițătorului şi efectul asupra destinatarului. "Scopul comunicării jurnalistice este transmiterea mesajelor de actualitate, considerate de interes pentru un public cu un profil determinat, cu intenția ca mesajele să ajungă pe cât posibil nealterate la public, pentru a-l informa, pentru a-l convinge sau pentru a-i produce plăcere"[26], conchide Luminița Roşca.

Vorbind despre stilul publicistic, trebuiesc amintite cele trei caracteristici unanim recunoscute de lingvişti: terminologia specifică derivată din sfera politicului, predominanța neologismelor şi exigența conciziei explicite. La nivelul vocabularului sunt preferate cuvintele neutre, uzuale, uşor de înțeles şi sunt de evitat cuvintele lungi.

---

[22] Ibidem, p. 22.
[23] Apud, ibidem., p. 23.
[24] Apud., Luminița Roşca, *op. cit.*, p. 23.
[25] Apud., ibidem, p. 23.
[26] Luminița Roşca, *op. cit.*, p. 23.

Preocupările lingviştilor sunt completate de teoria informației, care acceptă şase funcții ale limbajului, după cum au fost ele descrise de lingvistul Roman Jakobson[27]:

1. funcția referențială (denotativă sau de reprezentare, axată pe contextul comunicării); 2. funcția conativă (sau de apel, axată pe receptor); 3. funcția expresivă (emotivă, de prezentare, axată pe emițător); 4. funcția fatică (axată pe canalul de transmitere, pentru a asigura legătura dintre informații); 5. funcția metalingvistică (axată pe cod) şi 6. funcția poetică (axată pe mesaj). Dintre ele, Luminița Roşca propune două ca fiind specifice comunicării jurnalistice: funcția fatică şi cea referențială. "Dintre funcțiile specifice comunicării jurnalistice, funcția referențială poate fi identificată cu ceea ce îndeobşte se numeşte funcția informativă a textului de presă: existența comunicării de presă nu poate fi concepută în afara intenției de a informa în legătură cu un fapt real, de actualitate. Pe de altă parte, actul de comunicare realizat prin intermediul textului jurnalistic devine efectiv doar atunci când se realizează funcția fatică. Pentru a transmite informația, stabilind contactul cu destinatarul, jurnalistul exploatează toate posibilitățile pe care i le oferă canalul de comunicare (limba, codul genurilor în presa scrisă şi în audio-vizual, codul grafic, codul tipografic). Se poate considera că funcția referențială ține de esența textului jurnalistic, iar funcția fatică de retorica acestuia."[28]

Preluată din sfera semanticii, opoziția conotație-denotație permite circumscrierea mai exactă a limbajului jurnalistic în câmpul stilurilor limbii. Denotația poartă sensul direct informativ al textului jurnalistic în timp ce conotația, poartă sensul secund, configurându-se la nivelul miturilor, simbolurilor, metaforelor şi metonimiilor. Statistic, în limbajul jurnalistic, sensurile denotative sunt mai numeroase decât cele conotative. Dar nu există limbaj pur denotativ sau pur conotativ şi orice mesaj necesită un minim cadru denotativ, oricât de ermetic s-ar dori.

Secolul XX impune printre principiile limbajului jurnalistic acuratețea, accesibilitatea, adecvarea stilistică, claritatea, credibilitatea. Prin locul recunoscut între stilurile funcționale al limbii, limbajului jurnalistic i se recunoaşte rolul de a promova şi apăra limba literară.

2.2. Textul jurnalistic

Descompunând structura limbajului ajungem la text. Limbajele se constituie într-o sumă de texte şi din tot ceea ce înseamnă producție, construcție, receptare a acestora. Textul jurnalistic este o unitate tematică, lingvistică şi grafică, parte a sistemului mass-media. Textul jurnalistic este

[27] v. John Fiske, *Introducere în ştiințelecomunicării*, Iaşi, Editura Polirom, 2003
[28] Mihai Coman (coordonator), *Manual de jurnalism*, Iaşi, Editura Polirom, 2000, vol. I, p. 103.

destinat difuzării de către un canal/suport al mass-media (ziar, program de radio sau de televiziune). Suportul îi asigură textului jurnalistic statutul, iar condițiile specifice de producere a acestuia îl diferențiază de alte texte aparținând altor stiluri. Dintre elementele de individualizare a textului jurnalistic, reținem:

Textul jurnalistic este *produs de un jurnalist* în urma unui contract ferm, ca angajat sau colaborator al unei publicații sau instituții mass-media. El se supune constrângerilor de difuzare şi receptare într-un timp şi spațiu dat, ceea ce înseamnă că *are în vedere publicul țintă*, filtrează şi tratează informația, recurge la unul din genurile publicistice în funcție de relevanța informației pentru publicul vizat. "Sistemul mass-media este legat de conceptul de eveniment: orice întâmplare din realitatea înconjurătoare, care poate avea o semnificație pentru un individ sau un grup uman."[29] *Evenimentul* este cuvântul-cheie care determină selecția informației demne de a ajunge substanța unui text jurnalistic. Apartenența la actualitate conferă textului jurnalistic caracterul narativ-referențial şi se referă la tot ce ține de realitate şi de reflectarea ei. Caracterul referențial conferă identitate comunicării jurnalistice, fiind caracteristic pentru tot ce înseamnă text de presă. Forma textuală apropiată comunicării jurnalistice este *narațiunea*, ca formă naturală a comunicării umane. Destinat tipăririi sau emisiei pe un post de radio-tv, textul jurnalistic respectă codul grafic sau formatul programului, fiind *destinat consumului*, îndeplinind în acelaşi timp şi funcția de *serviciu public*. Contractul între emițător şi receptor este mai degrabă un construct mental, atâta timp cât cititorul poate sări paragrafe sau chiar părăsi textul, iar radioascultătorul sau telespectatorul pot schimba în orice moment postul. De aceea termenii "contractului" sunt incluşi în text, în sensul în care calitatea informației şi modul de prezentare pot reține atenția şi păstra interesul receptorului. Anii '90 aduc o schimbare asupra punctului de vedere privind comunicarea jurnalistică eficientă. Studiile de receptare a produselor mass-media, sondajele şi audiențele relevă o modificare a modului pasiv de recepție al publicului, considerat model clasic, tip codificare/decodificare. Acum, semnificațiile produselor media sunt refăcute de receptori, iar la nivelul lecturii sunt negociate prin lecturi selective, parțiale sau rapide.

2.3. Structura textului jurnalistic

O analiză a textului jurnalistic scoate în evidență câteva caracteristici ale felului în care se construieşte un text jurnalistic, determinat de natura comunicării şi profilul publicului-țintă.

Teun Van Dijk[30] identifică şi lansează structura informației în cascadă ca structură tip a textului jurnalistic. Consacră sintagma "piramida

[29] Ibidem, p. 102.
[30] v. Teun Van Dijk, *News and Discourse*, Lawrence Erlbaum Associates, 1988, New York.

inversată" sau "piramida răsturnată", pentru aşezarea în text a informaţiilor în ordine descrescătoare a importanţei, ceea ce poate fi sugerat grafic prin intermediul unei piramide cu vârful în jos. "Piramida inversată e un mit în jurnalismul deceniilor 6-7 (sec XX) din presa scrisă, considerându-se că modul acesta de organizare a informaţiei constituie forma textuală de maximă eficienţă în comunicarea jurnalistică."[31] Baza piramidei conţine paragraful iniţial sau *lead*-ul, şi este cea mai importantă parte a textului. Urmează corpul textului, background-ul, care aduce lămuriri privind contextul, şi în final, fraza de închidere, corespunzătoare vârfului piramidei, unde se regăsesc concluziile sau detaliile (care la nevoie pot lipsi). "Lead-ul este secvenţa cea mai importantă, care răspunde într-o singură frază la întrebările fundamentale: cine?, ce?, unde?, când?, cum?, de ce?."[32] Un lead puternic înseamnă o introducere care transmite, într-un paragraf, informaţiile esenţiale legate de un eveniment de actualitate, în mod coerent. Formularea lui este hotărâtoare pentru a păstra atenţia audienţei şi pentru restul textului. "Această construcţie textuală este specifică comunicării jurnalistice, fiind, ca structură, unicul tip de text care individualizează discursul jurnalistic de alte discursuri."[33] Structura textului jurnalistic răspunde comunicării efective şi eficiente: ierarhizează şi ordonează informaţia, o face uşor accesibilă. Se consideră că tehnica piramidei inversate standardizează producţia textelor jurnalistice, ajută la redactarea şi la alegerea titlului, motiv pentru care este modelul unanim recunoscut nu numai în presa scrisă, ci şi în audiovizual, cu inerente ajustări la specificul canalului de comunicaţie, care favorizează unul din simţuri: auzul sau văzul.

Cap.3 Speciile jurnalismului cultural în audiovizual

Jurnalismul cultural, ca ramură implicită a jurnalismului, are în România un trecut semnificativ. Presa scrisă este cea care a consacrat specia în revistele culturale. Să amintim doar contribuţia lor la formarea şi elevarea limbii române literare în sec. XIX, la rolul jucat în răspândirea şi formarea literaturii române culte. De altfel, genurile consacrate de presa scrisă rămân instrumentele jurnalismului cultural în audiovizual. Radioul public a adaptat jurnalismul cultural specificului său, iar canalul Radio România Cultural (fost Bucureşti 2) şi mai noul Radio România Muzical cultivă în mod declarat toate genurile, atât cele informative cât şi producţiile artistice. În programele postului TVR Cultural, apărut pe piaţa media românească în octombrie 2002, ca răspuns la asumarea misiunii educative a posturilor publice, regăsim toate genurile clasice ale jurnalismului, adaptate specificului cultural.

---

[31] Luminiţa Roşca, *Producţia textului jurnalistic,* Iaşi, Editura Polirom, 2000, p. 105.
[32] Ibidem, p.106.
[33] Ibidem, p. 106.

De la ştire la reportaj şi anchetă, de la docudrama la teatrul radiofonic şi teleplay, jurnalismul cultural lucrează cu instrumentele jurnalismului universal, de aceea consider utilă o trecere în revistă a genurilor şi un comentariul al modului în care se adaptează ele la exigențele abordării culturale. De altfel, bibliografia săracă dedicată exclusiv jurnalismului cultural dovedeşte că distincția între specii se face greu, mai ales că informarea corectă şi accesibilă publicului este rolul fundamental al jurnalismului de orice fel. Totuşi, la nivel semiotic şi compozițional distingem diferențe semnificative, pe măsură ce înaintăm în descrierea genurilor complexe. În jurnalismul cultural raportul denotație/conotație se schimbă, în favoarea mesajului secund. Adesea mesajul conotativ este sursa unei abordări creator-poetice, care conferă speciilor narative ale jurnalismului cultural valoare literară. "Presa scrisă, cu precădere cea culturală, se canalizează spre funcția emotivă a limbajului şi cultivă funcția poetică a cuvântului. [...] De multe ori accentul emoțional se află situat în planul conotativ, textul stabilind legătura afectivă cu cititorul prin sugestiile de ordin artistic sau care se adresează unei minți predispuse spre analiza contextuală. Prin efecte emotive, limbajul propune căi mai scurte spre cititor, iar funcția poetică a mesajului creează efecte de durată, ceea ce face ca aceste două atribute să prevaleze în presa scrisă."[34] Pe de altă parte, producția artistică originală din audiovizual este specifică doar jurnalismului cultural şi ea presupune tehnici şi strategii care hibridează teritoriul ficțiunii literare cu cel al spectacolului.

3.1. Informare şi reflectare

Lucrarea Doinei Ruşti[35], dedicată presei culturale, propune o clasificare a genurilor presei scrise după apartenența lor la speciile narative sau non-narative. Această clasificare este susținută de argumentul regăsirii povestirii scurte la baza oricărei compoziții narative. Speciile narative propuse de autoare sunt: ştirea scurtă, reportajul, jurnalul foileton şi portretul. În speciile non-narative "nota dominantă o constituie enunțarea ideii şi susținerea ei prin numeroase căi (uneori, narative), formula compozițională bazându-se pe enumerație, demonstrație, dar recurgând şi la dialog, confesiune, descriere explicativă."[36] Speciile non-narative includ, conform propunerii autoarei: manifestul şi programul, eseul, analiza şi comentariul de eveniment sau editorialul, tableta sentențioasă, recenzia, cronica, pamfletul, interviul, polemica, scrisoarea deschisă.

---

[34] Doina Ruşti, *Presa culturală: specii, tehnici compoziționale şi de redactare*, Bucureşti, Editura Fundației Pro, 2002, pp. 8-9.
[35] v. Ibidem.
[36] Ibidem, p. 100.

Deoarece multe din speciile non-narative identificate de Doina Ruşti se referă la tratarea şi reflectarea informaţiei, în studiul de faţă propunem o clasificare a genurilor jurnalismului după funcţia referenţial-informativă, respectiv narativ-ficţională, creatoare a unor noi genuri artistice în spaţiul mass-media. Considerăm că tratarea diferenţiată a informaţiei din presa culturală de producţia artistică, provoacă şi uşurează identificarea strategiilor estetice de abordare a jurnalismului cultural, în sensul judecării axiologice a produselor culturale din audiovizual.

O primă categorie, abordată în studiul de faţă, se opreşte la genurile prin care se exersează funcţia de informare şi reflectare a realităţii în zona evenimentelor culturale. Aici grupăm: ştirea, interviul, reportajul, documentarul şi cronica sau comentariul. O altă categorie se ocupă de specificul producţiei artistice originale în mass-media: teatrul radiofonic şi de televiziune, divertismentul şi spaţiul sonor muzical. În referatul de faţă ne propunem să oferim doar o introducere la genurile artistice originale, care cer studiu de caz, urmând ca o viitoare abordare a acestora să analizeze specificul şi să detalieze tehnicile de realizare. Din degajarea specificului acestor genuri, exersate în jurnalismul cultural, vom putea obţine câteva direcţii de abordare şi tratare a evenimentului cultural sau a producţiei artistice în audiovizual.

3.1.1. Ştirea

Ştirea este unitatea funcţională a textului jurnalistic, fundamentul şi justificarea lui; nucleul din care s-au dezvoltat toate celelalte genuri ale jurnalismului. Acesta este şi motivul pentru care vom insista asupra regulilor de compoziţie şi vocabular ale ştirii, cu evidenţierea caracteristicilor ştirii de radio şi televiziune, care datorită oralităţii lor se supun unor exigenţe în plus. Avertismentul lui David Randall: "Există aproape tot atâtea definiţii ale ştirii câte articole s-au scris şi se scriu în continuare"[37], ne atrage atenţia asupra multitudinii criteriilor de judecare a unei informaţii, pentru a putea fi considerată ştire. "O definiţie generală a ştirii, aşadar, este: informaţie proaspătă şi inedită a unui subiect de interes general despre care nu s-a mai auzit. […] Dar ştirea nu este un concept abstract, şi nici unul suficient sieşi. Ea nu există decât în relaţie cu un număr de alţi factori. Aceşti factori au legătură atât cu publicul căruia îi este adresată ştirea, cât şi cu articolul respectiv. Ei ne ajută să decidem ce vrem de fapt să ştim şi - lucru ce produce mai multe dispute în redacţiile din toată lumea decât orice altceva - greutatea unui subiect, valoarea sa de ştire."[38]

Factorii ce determină valoarea de informaţie, după David Randall, se împart în factori specifici, ce ţin de fapte verificabile, asupra cărora se

[37] David Randall, *Jurnalistul universal*, Iaşi, Editura Polirom, 1998, p. 38.
[38] Ibidem, p. 38.

poate emite o judecată; şi factori generali, în directă legătură cu cititorii şi contextul. În stabilirea valorii de informaţie a unei ştiri, David Randall propune câteva criterii extrase din experienţa sa de jurnalist, criterii valabile de altfel şi pentru selectarea informaţiilor în ştirea culturală. "Un element important în judecarea valorii de informaţie este numărul de cititori care vor fi interesaţi de un anume subiect. Cu cât efectul lucrurilor despre care informezi este mai îndelungat, cu atât mai bun şi mai important este articolul."[39] Din diferitele definiţii propuse de literatura de specialitate extragem caracteristicile ştirii: sunt factuale (adică conţin fapte adevărate), sunt noutăţi şi interesează un număr semnificativ de oameni. Ierarhia ştirilor într-un jurnal se stabileşte după următoarele criterii, propuse de David Randall: În vârf stau articolele despre ce s-a întâmplat. Urmează cele despre ce se întâmplă. Următoarele pe scala valorilor sunt articolele despre ceea ce se spune că se va întâmpla. Ultimele se situează articolele despre ceea ce se declară. În construcţia jurnalelor de ştiri culturale, cum sunt cele difuzate de Radio România Cultural sau TVR Cultural, criteriile de selecţie enumerate mai sus sunt recomandate şi asigură o distribuţie justă a informaţiei, descrescător cu importanţa şi relevanţa ei pentru publicul vizat. Literatura de specialitate inventariază modelele de compunere şi editare a jurnalelor de ştiri după următoarele tipare: liniar, în crescendo, decrescendo, în arc sau în crevasă. Criteriul general de ierarhizare a ştirilor în compunerea jurnalelor, rămâne însă cel temporal, al proximităţii.

În audiovizual stilul oral este determinat de specificul canalului de comunicare: cuvintele sunt auzite, mesajul e irepetabil, audienţa e mare dar neomogenă şi izolată. "Radioul, este în definitiv, un mediu pentru ureche în care trebuie să fiţi capabili să ascultaţi şi să înţelegeţi un lucru de prima oară şi să distingeţi un sunet de altul."[40] Caracteristicile difuzării pe calea undelor impun exigenţe în redactarea ştirilor. Stilul oral, pretinde claritatea frazei, simplitate, precizie. O frază bună în audiovizual va fi scurtă, va conţine doar o idee, iar caracterul oral al comunicării favorizează cuvintele cu efect sonor. Ritmul şi culoarea frazei sunt caracteristici importante ale textului destinat urechii. "Principala caracteristică a stilului scriiturii pentru radio, în contrast cu stilul presei scrise, este înclinaţia spre informal şi spontan."[41] Pauzele în ritmul de lectură a ştirii dau auditoriului timp pentru prelucrarea informaţiei. Alăturarea subiect - predicat asigură grad mare de informativitate iar diateza activă e recomandată pentru directeţe şi concizie. Timpul prezent al verbelor e preferabil în ştirea din audiovizual.

[39] Ibidem, p. 45.
[40] Irene Joanescu, *Radioul modern: Tratarea informaţiei şi principalele genuri informative*, Bucureşti, Editura All, 1999, p. 7.
[41] Ibidem, p. 53.

În privința compoziției ştirii în audiovizual, structura piramidei inversate, omologată ca lege a presei scrise, este nuanțat aplicată, dat fiind timpul de răspuns al ascultătorului la informația orală. E necesară o secvență de introducere, care să atragă atenția asupra importanței ştirii. Abia apoi poate curge partea esențială a comunicării; cea care răspunde celor 6 întrebări fundamentale. În jurnalele complexe, *lansarea* sau introducerea gazdă e partea ce revine prezentatorului şi e considerată parte integrantă a ştirii, având în general rolul de atenționare a auditoriului asupra subiectului ştirii. Lansarea dă faptele de bază şi spune de ce e importantă ştirea.

Lead-ul, preluat în radio din presa scrisă, nu mai răspunde obligatoriu la toate cele şase întrebări (cine?, ce?, unde?, când?, cum?, de ce?), ci urmăreşte să atragă atenția ascultătorului, să dea o idee generală despre subiect. Lead-ul, la rândul său, poate fi de mai multe tipuri. Lead-ul standard expune explicit faptele. Lead-ul soft sau fapt divers, alege un unghi uman de introducere a ştirii. Lead-ul întârziat se constituie într-un anunț adresat audienței. Lead-ul umbrelă strânge două sau mai multe ştiri. În funcție de lead-ul ales, corpul ştirii poate fi prezentat în succesiune cronologică, în succesiune efect-cauză sau în succesiunea acțiune-reacțiune. Un loc important în dinamizarea ştirii îl deține insertul de glas. În radio citatele directe sunt înlocuite cu parafraze din motive de text auzit, nu citit (văzut). O altă voce e un element sonor nou, creşte dinamismul şi credibilitatea ştirii. În cazul insertului de glas în ştire, în atribuirea sursei, regula impune aşezarea titulaturii şi funcției în fața numelui.

După felul în care este compusă ştirea "există patru tipuri de structuri obişnuite pentru construirea unei ştiri radio:

1. structura tip problemă/soluție

2. succesiunea temporală urmăreşte ordonarea ideilor în funcție de importanța lor

3. clepsidra începe cu un lead rezumativ, urmând apoi cronologia faptelor

4. circular: fiecare parte a ştirii este egal importantă"[42]

Toate aceste posibilități de compunere a elementelor ştirii dinamizează şi dau amprenta oralității, specifică ştirilor în audiovizual.

Presa culturală din audiovizual foloseşte ştirea scurtă, redactată alert, cu accent pe informația accesibilă unui public larg. Stabilirea valorii de informație, structura şi regulile de compoziție a ştirii sunt aceleaşi şi în jurnalismul cultural, care răspunde aceloraşi exigențe de concizie, claritate şi acuratețe a informației. "În cazul în care este vorba despre ştiri culturale,

[42] Rich, apud. Irene Joanescu, *op.cit.*, p. 317.

contextul şi amănuntul referenţial plasează informaţia nu doar într-un plan de interes larg, dar şi de divertisment."[43]

3.1.2. Interviul

Din numeroasele definiţii posibile ale interviului, cităm pe cea propusă de Marcel Tolcea, ca fiind cea mai sugestivă pentru demersul jurnalismului cultural: "Interviul este o conversaţie, de obicei dintre două persoane, pentru a obţine informaţie în beneficiul unei audienţe nevăzute. Interviul este adesea un schimb informaţional ce poate da naştere unui nivel de înţelegere la care, singură, nici una dintre părţi nu ar avea acces."[44] Bibliografia de specialitate face distincţie între conversaţie şi interviu, accentuând scopul său informativ şi necesitatea unei bune documentări a reporterului, pentru a-şi justifica statutul de profesionist, care pune întrebări în cunoştinţă de cauză. "Interviul este specia care informează şi elucidează prin intermediul unui dialog."[45] O conversaţie este întâmplătoare, un interviu are un scop şi este condus spre atingerea lui de către reporter.

În audiovizual, interviul este fundamentul jurnalismului, parte constituentă a tuturor celorlalte genuri complexe (reportaj, anchetă, documentar). Modelul interviului din presa scrisă oferă câteva reguli de abordare, cu nuanţările specifice adaptării la oralitatea genului. Mai mult, caracterul oral al canalului audiovizual dictează modificarea unor reguli de abordare a interlocutorului. Irene Joanescu foloseşte pentru a caracteriza interviul radio sintagma <<artă a conversaţiei>>, accentuând astfel contribuţia personală a reporterului, dincolo de reguli, la reuşita unui interviu. Interviul, e fără îndoială, momentul cel mai delicat al exercitării profesiei de jurnalist, datorită contactului direct, faţă în faţă, cu interlocutorul, unde intervin hotărâtor factori umani, necuantificabili, ce ţin de intuiţia şi adaptabilitatea reporterului, de capacitatea lui de a se impune ca partener de dialog pentru interlocutor. În plus, în audiovizual, concizia şi coerenţa înregistrării obligă reporterul la o pregătire prealabilă a întrebărilor, mult mai exactă şi mai amănunţită. Dacă în presa scrisă elaborarea ulterioară a materialului scris permite reveniri asupra unei întrebări insuficient de exact formulate, în audiovizual înregistrarea nu poate fi uneori prelucrată (fonotecată). De aceea întrebările trebuie să fie scurte, la obiect, concise dar în acelaşi timp să convingă interlocutorul, să îl stimuleze.

O trecere în revistă a tipurilor de interviu, clasate de bibliografia de specialitate, aruncă o lumină asupra complexităţii genului şi implicit, a

---

[43] Doina Ruşti, *Presa culturală: specii, tehnici compoziţionale şi de redactare*, Bucureşti, Editura Fundaţiei Pro, 2002, p. 10.
[44] Ken Metzler, apud. Mihai Coman, *Manual de jurnalism,* Iaşi, Editura Polirom, 2001, vol. II, p. 53.
[45] Luminiţa Roşca, *Producţia textului jurnalistic,* Iaşi, Editura Polirom, 2000, p. 159.

seriozității cu care trebuie el abordat. Irene Joanescu[46] propune următoarea sinteză a clasificării interviurilor în audiovizual:

După modul de realizare, interviul poate fi instantaneu sau pregătit.

După circumstanțe, distingem:

1. Interviu prin întâlnire directă, stabilită în prealabil, într-un loc de comun acord ales.

2. Interviu la fața locului, provocat de un eveniment.

3. Interviu la o conferință de presă, unde pentru consemnarea în audiovizual e preferabilă o scurtă declarație ulterioară a purtătorului de cuvânt, concisă şi mult mai alertă.

4. Interviu în direct, live, în cadrul unei emisiuni. În acest caz creşte sentimentul de participare al ascultătorului dar riscul realizatorului de a pierde controlul asupra timpilor morți este mai mare. Acest tip de interviu cere o bună documentare şi stăpânirea tehnicilor interviului. "E riscant, obositor şi intens dar e o prestație artistică."[47]

5. Interviu prin telefon, specific canalului audiovizual. Are dezavantajul lipsei contactului direct (față în față) cu interlocutorul, dar e util pentru obținerea unor informații, practic instantaneu cu evenimentul pe care îl consemnează. Are valoare şi în transmiterea unei atmosfere a locului: zgomotul de fond şi participarea afectivă a interlocutorului se transmit în glasul şi ritmul relatării. Acest tip de interviu ține de specificul reacției rapide a canalului audiovizual la evenimente.

După conținut, Irene Joanescu preia de la McLeish trei mari categorii[48]: Interviul informativ, interpretativ şi interviul afectiv. La rândul lor cele trei mari categorii suportă subdiviziuni. Interviul interpretativ poate fi de analiză, de comentariu şi de opinie. Analiza presupune prezența unui expert, comentariul cere părerea specialistului, iar opinia pune față în față puncte de vedere controversate. Cunoaşterea acestor subdiviziuni este utilă reporterului în algerea corectă a interlocutorului, în funcție de informația pe care o culege prin interviu.

În jurnalismul cultural interviul joacă un rol hotărâtor. Interviul interpretativ şi cel afectiv prezintă un interes deosebit, deoarece prima categorie intră frecvent în compoziția reportajelor şi anchetelor, dar e relevant şi de sine stătător, în timp ce interviul afectiv aduce o viziune generală asupra interlocutorului. Caz particular al interviului afectiv, interviul de personalitate devine o mărturie directă a istoriei culturale, pe care audiovizualul o consemnează. Arhivele sonore sau video sunt însemnate surse documentare, prin care audiovizualul şi-a câştigat recunoaşterea şi locul în cultura societății.

---

46 apud. Mihai Coman, *op.cit.,* Iaşi, Ed. Polirom, 2001, vol. II p. 136.
47 Irene Joanescu, *op.cit*., p. 165.
48 Ibidem, p. 136.

"Deşi este folosit şi în realizarea altor specii, cum ar fi portretul sau ancheta, interviul are funcția principală de a exprima o atitudine, o opinie, este un mod direct de prezentare a unor idei. De multe ori se constituie în mărturisiri importante ale unor artişti sau oameni de cultură. […] În cazul acesta putem vorbi de caracterul documentar al interviului, de rolul lui de documentar în istoria culturii."[49] În interviurile cu personalități David Randall recomandă întrebările care permit comparația personalității cu imaginea ei publică. În acest caz, documentarea reporterului şi cunoaşterea temeinică a domeniului, este condiția obligatorie a reuşitei interviului.

Pornind de la constatarea că interviul constituie adesea pretextul scrierii unor cărți de mărturisiri cu personalități ale vieții artistice şi culturale, Doina Ruşti[50] analizează în studiul său specificul interviului cultural şi identifică două direcții de abordare: interviul de mărturisire (predominant narativ) şi interviul de idei. "În primul caz, interviul este folosit ca pretext pentru realizarea altei specii, deoarece nu jocul întrebărilor şi al răspunsurilor se află în primă atenție. În cea de-a doua situație interesează opiniile, ideile, lămurirea unei atitudini, iar aceasta este cu adevărat misiunea unui interviu."[51] În acest ultim caz, al interviului de opinie, rolul reporterului devine mult mai dificil, documentarea lui prealabilă şi cunoaşterea domeniului fiind hotărâtoare în reuşita dialogului. Rolul lui nu se mai limitează la culegerea de informații, ci în măsura în care poate deveni un partener de dialog, provoacă clarificări explicite şi se ajunge la acel "nivel de înțelegere, la care, singură, nici una dintre părți nu ar avea acces."[52] Iată de ce propuneam la începutul secțiunii, definiția lui Marcel Tolcea pentru interviul cultural.

Interviul se regăseşte şi în sondajul de opinie (vox sau interviul-expres), nu doar în interviul de informație sau explicație, conform tipologiei propuse de Doina Ruşti. Important rămâne, în toate clasificările interviului, accentul pus pe rolul construcției întrebărilor, care conduc dialogul şi fac posibilă colectarea informației, singurul scop, unanim recunoscut, al interviului.

3.1.3. Reportajul. Documentarul.

Poate părea o forțare tratarea reportajului în acelaşi subcapitol cu documentarul, dar am optat pentru această alăturare, pentru că ambele genuri recurg la tehnici de compoziție literară, iar funcția referențială şi fatică este completată de cea poetică şi expresivă.

Adeseori, reportajul este asimilat în mod greşit unui gen literar, poate şi datorită notorietății câştigate în literatură. Reportajul literar consacrat de Geo

---

[49] Doina Ruşti, *op.cit.*, p. 159.
[50] Ibidem.
[51] Ibidem, p. 160
[52] v. nota 1.

Bogza este exemplul clasic pentru confuzia originilor: el este preluat din speciile jurnalismului şi nu invers. O definiţie a reportajului propune Luminiţa Roşca, aducând corecţiile practicii jurnalistice, definiţiei de DEX. "Specie publicistică având drept scop informarea asupra unor fapte de actualitate, din realitatea imediată, de interes pentru un public larg, în urma investigării la faţa locului, apelând adesea la modalităţi literare de expresie."[53] Toate sursele bibliografice insistă pe participarea directă a reporterului la evenimentul despre care relatează şi la prelucrarea ulterioară a materialului cules la faţa locului, după tehnica *alternanţei planurilor,* ca elemente specifice care diferenţiază reportajul de alte specii jurnalistice.

În presa scrisă, reportajul circumscrie o tipologie, adoptată ulterior şi în audiovizual, cu necesare amendamente ce decurg din liniaritatea lecturii audiovizuale şi emisia în timp real. Distingem[54]: reportajul de atmosferă (urmăreşte să redea "culoarea locală" a evenimentului) şi reportajul de eveniment (urmăreşte să plaseze cititorul în mijlocul faptelor). După valoarea evenimentului distingem faptul divers, actualitatea de interes uman şi social, conflictele şi reportajele care urmăresc evenimente în evoluţie temporală. Practica jurnalismului românesc a omologat faptul divers, reportajul senzaţional şi reportajul de eveniment, ca tipuri frecvent întâlnite în media.

"Ceea ce deosebeşte fundamental reportajul de alte genuri publicistice este calitatea informaţiei aflate la baza redactării sale [….] Nu constituie nucleul unui reportaj decât faptele ce se petrec sub ochii ziaristului."[55] Participarea directă a jurnalistului la eveniment îl situează în postura de martor obiectiv, sau de participant subiectiv. Observarea personală şi intervievarea participanţilor sunt cele două surse obligatorii de informaţie ale reportajului. În funcţie de acestea se stabileşte unghiul de abordare şi strategia de compunere a informaţiei în textul propriu-zis. "Unghiul de abordare nu trebuie confundat cu părerea jurnalistului despre faptele prezentate şi nici cu atitudinea acestuia faţă de eveniment. [...] Unghiul de abordare reprezintă perspectiva din care este prezentat un eveniment […] iar alegerea şi aplicarea sa consecventă uşurează construcţia propriu-zisă a textului şi lectura acestuia."[56] Cu toate acestea reporterul are dreptul la o părere, mai ales că reportajul "este o experienţă împărtăşită ascultătorilor, […] iar puterea lui stă în impactul asupra imaginaţiei, mai degrabă decât în adevărul său raţional."[57] În ce priveşte stilul şi construcţia reportajului, el se supune exigenţelor de acurateţe,

[53] Mihai Coman (coordonator), *op.cit*., vol. II, p. 10.
[54] apud. Luminiţa Roşca, Mihai Coman (coordonator), *op.cit.,* vol.II, p. 12.
[55] Ibidem, p. 15.
[56] Ibidem, pp. 19-21.
[57] Irene Joanescu, *op.cit*., p. 203.

claritate, credibilitate şi adaptare a stilului la eveniment. Construcția unui reportaj răstoarnă în general ordinea cronologică, pentru că arta povestitorului este parte din construcția reportajului. "Reportajul nu este povestirea, minut cu minut, a ceea ce ai văzut, auzit, trăit, ci o reconstrucție"[58], ceea ce lasă teren de desfăşurare creativității şi exprimării sensibilității jurnalistului. Tehnica general acceptată a compunerii reportajelor este *alternanța planurilor*, şi este considerată de unii autori o <<lege>> a reportajului. Ea "dictează întreaga activitate de asamblare a scenelor şi detaliilor într-o compoziție semnificativă şi unitară. Reportajul "asamblează" elemente narative, portrete, descrieri, citate, detalii diverse într-o construcție ce are drept scop reconstituirea unei felii de viață."[59]

Reportajul radiofonic respectă regulile de colectare şi asamblare a informației impuse de presa scrisă. La nivel expresiv însă planul sonor referențial, purtător de mesaj, este dublat de fundalul sonor, ca al doilea plan de comunicare, un plan ce se adresează mai degrabă emotivității ascultătorului. Un moment specific al realizării reportajului este înregistrarea secvențelor sonore, care presupune abilitate, spirit de observație şi cunoştințe tehnice. În radio sunetul joacă rolul fundalului, al scenografiei poveştii. Dacă în reportajul scris se accentuează rolul fotografiilor adiacente şi al legendei lor la completarea tabloului descris, reportajul radio nu poate fi conceput fără sunetul de atmosferă. El se înregistrează odată cu opiniile participanților la eveniment, ca fundal sonor. Dar se recomandă folosirea lui conştientă, ca element de scenografie sonoră, de situare auditivă într-un spațiu dat. Buclele de sunet din corpul reportajului oferă ascultătorului timpul de răspuns la mesajul textului auditiv. Interviurile de pe teren se montează în corpul reportajului cu inserturi de glas, ce dau culoare, dinamism şi credibilitate. Insertul de glas joacă rolul citatului din presa scrisă. În radio insertul de glas se pretează bine scenarizării evenimentului despre care relatează şi obținerii efectului de participare a ascultătorului la eveniment. Radioul, ca mijloc de informare în masă, îşi propune să surprindă şi să reflecte ritmul existenței contemporane, în evenimente şi fapte cotidiene. De aceea nu putea trece peste exigențele limbajului vizual fără să găsească un echivalent sonor la concizia exprimării oferite de acesta. Revalorizarea spațiului sonor este soluția găsită de radiofonişti la nevoia de concizie şi ritm. Sunetele naturale sau substitutele lor sonore capătă importanța semnului iconic din zona vizualului. Abstractizarea sonoră e şi ea un răspuns <<cult>> la restrângerea narativului şi investirea sunetului cu semnificații generalizatoare. De exemplu, nu vom alege sirena fabricii pentru a reda atmosfera lipsită de orizont a socialismului ca sistem, într-un reportaj despre destine

[58] Boucher, apud. Mihai Coman (coordonator), *op.cit*., vol. II, p. 27.
[59] Voriol apud. Mihai Coman,*op.cit.,* vol. II, p. 49.

individuale, ci sugerăm o postprocesare de studio prin mixaj a zgomotului repetitiv al maşinii din fabrică, cu funcția de fundal sonor al vieții cotidiene, capabil să sugereze efectele generalizate ale sistemului la scara întregii societăți. De regulă soluțiile practice nu ascultă de reguli de manual, ele depind de imaginația, implicarea şi gradul de creativitate pus în joc de reporter. Acest teren extrem de ofertant în zona creativității, face din reportaj specia cea mai mobilă şi spectaculoasă a radioului. E locul unde scenariul şi dramatizarea îşi găsesc aplicații directe, ce decurg din nevoia de a capta interesul şi de a obține participarea ascultătorului. La fel ca în teatru, reporterul povesteşte sonor, cu cât mai puține cuvinte, fapte de viață la care ascultătorul e invitat să participe prin identificare.

În mod similar, reportajul de televiziune combină posibilitățile expresive ale sunetului cu imaginea, în scopul redării cât mai veridice a faptelor şi atmosferei. În ce priveşte compoziția reportajului, cele trei planuri de comunicare (cuvânt rostit, cuvânt scris şi imagine) urmăresc construirea unui fir narativ coerent şi expresiv.

Un element specific reportajului în audiovizual este liniaritatea mesajului, care impune cerințe de lungime a materialului montat, astfel încât să se păstreze atenția şi interesul audienței. Spre deosebire de textul scris, unde cititorul poate sări unele paragrafe sau reveni asupra altora, reportajul din audiovizual trebuie să aibă claritate, concizie, echilibru în alternarea planurilor comunicării, şi mai ales o lungime atent estimată în funcție de subiect, astfel încât să păstreze trează atenția audienței.

În jurnalismul cultural reportajul joacă un rol fundamental, fiind considerat de unii autori ca cea mai însemnată specie jurnalistică, în care se îmbină cele trei moduri de expunere (descrierea, narațiunea şi dialogul). Luminița Roşca îl încadrează în "familia textelor narative, care exploatează tehnica spectacolului. […] Ca poveste teatralizată de subliniat dramatism, reportajul aduce în prim plan evenimentul trăit în punctul lui maxim de tensiune şi reconstituit dintr-un unghi de vedere care permite cititorului să descopere şi să observe faptele cele mai însemnate." [60] Reportajul literar se diferențiază de reportajul de informare printr-un grad crescut de creativitate permisă autorului, a nivelelor de codificare a mesajului, a categoriilor estetice la care poate face apel, a opiniei reporterului conținută în comperaj. Sugestiile conținute în textul reportajului literar contravin principiilor informării, dar "dirijează gusturile şi înțelegerea lumii. Amănuntele descriptive, narațiunea secundară, dar mai cu seamă stratul metaforic al unei scrieri, fie ea literară sau nu, construiesc o imagine manevratoare, conțin un mesaj subliminal sau doar inoculează sentimente favorabile unei opinii."[61]

---

[60] Doina Ruşti, *op.cit.*, p. 40.
[61] Ibidem, p. 60.

În concluzie, reportajul cultural îşi permite "libertăţi" de expresie şi compoziţie pe care reportajul de informare nu le are. Componenta creativă dominantă, justifică procedee compoziţionale care fac apel la categorii literare: absurdul, satiricul, grotescul, parodicul, ş.a. "Amestecul de verosimil, real şi imposibil, de cele mai multe ori acceptat convenţional, a devenit o metodă frecventă pentru crearea umorului, pentru particularizarea descrierii, sau pentru a evidenţia mesajul."[62] Ca specie intermediară, mai nou intrată în vocabularul mediatic românesc, *feature*-ul este un gen jurnalistic de graniţă, care îmbină funcţia informativă cu cea a divertismentului, făcând uz de tehnica reportajului: reporterul povesteşte întâmplări la care a fost martor, sau la care a avut acces intermediat, prin documentare, cu un limbaj literaturizat, adesea neconvenţional. În feature subiectele sunt întotdeauna prezentate dintr-un unghi de abordare de interes uman-educativ şi nu depind strict de actualitate. Date fiind asemănările între reportaj şi feature, trebuie observat că reportajul este specia mai largă, cuprinzătoare, în sensul în care un feature este întotdeauna un reportaj dar nu şi invers. Gradul mai mare de artistic implicat în feature, îl apropie de *docudramă*, altă specie de graniţă, importată de mediile româneşti tot pe filieră anglo-americană. În măsura în care ambele scenarizează întâmplări sau situaţii reale, putând face apel la actori pentru a-i interpreta pe protagonişti, felul în care îmbină realitatea cu ficţiunea le situează în proximitatea zonei de creativitate originală, specifică doar canalului audiovizual.

Cu reportajul cultural ne aflăm în plin spaţiu al teatralizării, al efectului spectacular, al creativităţii neîngrădite, unde tehnica dominantă este scenarizarea evenimentului. Acesta e şi motivul pentru care propunem o alăturare a reportajului cultural de documentarul cultural, în care elementele de teatralitate sunt favorizate ca mijloace de expresie cu pronunţată valoare estetică. Diferenţa principală între documentar şi reportaj e dată de lungimea materialului, care, în cazul documentarului, poate varia de la 30 de minute la o oră. În *Radioul modern*, Irene Joanescu citează o definiţie cuprinzătoare a documentarului, în care găsim justificarea alăturării lui de reportaj: "Laurence Gillian, fost reporter BBC, descria reportajul: "Combinaţie de autenticitate a discuţiei cu forţa dramatică a unei piese de teatru, dar spre deosebire de piesă, al cărei scop e să creeze iluzia dramatică de dragul ei, scopul reporterului este de a convinge ascultătorul de adevărul a ceea ce se spune, chiar dacă se spune într-o formă dramatică."[63] Criticii preţuiesc documentarul pentru investiţia de creativitate şi profesionalism dar audienţa scontată în radio e mică. În radio, unde presiunea actualităţii e foarte mare, efortul realizării unui documentar e prea mare comparativ cu audienţa, de aceea a devenit un gen

---

[62] Ibidem, p. 74.
[63] Mc Leish,, apud. Irene Joanescu, *op.cit*., p. 199.

rar practicat după litera manualului. O specie derivată, minidocumentarul, ajunge la maximum 5 minute, pentru a putea răspunde la exigența radiofonică a conciziei şi liniarității, şi tinde să ia locul documentarul de mare întindere.

Documentarul are o structură dramatică: "nu este ficțiune, dar ar trebui construit în aceeaşi manieră cu prezentarea dramatică."[64] Implicarea deliberată a audienței în prezentare, argumentele construite pe documente reale, coexistă cu libertatea experimentului şi cu exercițiul ingeniozității. Toate aceste atribute fac din documentar un gen la graniță cu artisticul, motiv pentru care a devenit un teren predilect al televiziunii şi filmului, unde a câştigat notorietate şi recunoaştere. Să amintim aici doar secțiunile dedicate special documentarului în concursurile de film şi producție de televiziune. În anii '40 ai sec. XX, când televiziunea cucerea definitiv spațiul mediatic, radioul i-a cedat documentarul şi divertismentul. După o carieră glorioasă în cinema în anii '20, documentarul se dezvoltă spectaculos în televiziune, după al Doilea Război Mondial. "Televiziunea este cea care a oferit genului propensiunea extraordinară spre cultul formei, şi spre re-crearea ficțională a caracterelor umane, îndepărtând definitiv documentarul de simplul proces al înregistrării vieții cu un aparat de filmat."[65] Anii 50 impun documentarul cu temă, care s-a diversificat şi poate fi produs astăzi după trei mari modele, identificate de Gauthier[66]:

1. Metoda compilației foloseşte materialul existent în arhive, fără a apela la noi filmări.

2. Metoda biografistă adaugă o structură dramaturgică, documentelor existente.

3. Metoda dramatică - cea mai recentă - restrânge utilizarea materialului istoric iar funcțiile dramaturgice devine dominante.

Criticii fenomenului mediatic apreciază în documentar orientarea spre analiză, dar comentează dramatizarea accentuată în detrimentul obiectivității, sacrificate de dragul ciné-verité-ului, atât de apreciat de public. Cultura spectacolului, modelul cultural impus de televiziuni, se citeşte cel mai clar în evoluția documentarului, de la "felii de viață" la docudramă, specie derivată, construită exclusiv după logica compoziției dramaturgice.

3.1.4 Cronica, recenzia şi comentariul

Cu cronica, recenzia şi comentariul intrăm pe terenul analizei critice specializate. Aici, spre deosebire de genurile prezentate până acum, interesează în primul rând opinia jurnalistului. Nu doar în jurnalismul cultural, care a consacrat în revistele culturale recenzia de carte, cronica de

---

[64] Irene Joanescu, *op.cit*., p. 263.
[65] Daniela Zeca-Buzura, *Jurnalismul de televiziune*, Iaşi, Editura Polirom, 2005, p. 159.
[66] Apud, ibidem, p. 160.

spectacol şi expoziție sau comentariul la eveniment ca element în stabilirea ierarhiilor estetice, ci şi în jurnalismul de informație, adesea, natura şi importanța subiectelor justifică un articol de analiză. "Articolele de analiză disecă evenimentele, temele, problemele şi consecințele în încercarea de a explica ce se întâmplă în prezent sau ce se va întâmpla în viitor. De asemenea, ele ar trebui să încerce să explice semnificația acestor evenimente şi contextul lor."[67]

O adevărată inflație de comentatori şi analişti a invadat spațiul audiovizual românesc în talk-show-uri sau ca specialişti în jurnalele de ştiri. Prea puține dintre opiniile exprimate cu orice ocazie sunt cu adevărat pertinene şi pot deschide o cale de înțelegere a evenimentului luat în discuție. S-a produs o supralicitare a comentariului şi analizei, care atrage atenția prin contrast, asupra seriozității şi responsabilității cu care ar trebui abordat acest rol de către jurnalist. "Dintre toate închipuirile care s-au născut din ceața confuziei umane de la marele război încoace, cea mai futilă şi în acelaşi timp cea mai pretențioasă este aceea a profundului analist sau comentator cu reacție imediată, care ştie toate răspunsurile pe loc şi poate rezolva marile probleme, cu finalitate absolută, trei sau chiar şase zile pe săptămână."[68]

În jurnalismul cultural recenzia şi cronica sunt adesea formatele principale de lucru ale jurnalistului. Presa scrisă a consacrat statutul de cronicar. Sunt celebre exemplele cronicarilor de la marile cotidiene americane sau occidentale, ale căror cronici fac să cadă spectacole sau influențează semnificativ vânzările (cărților, spectacolelor, operelor de artă). Cultura e la rândul ei o marfă: ierarhii, clasamente, topuri se fac cu contribuția cronicarilor din mass-media, ca parte a mecanismului economic din care face parte şi cultura.

Distincția dintre presa culturală de revistă şi cea de cotidian se face la nivelul abordării specializate. Revista culturală publică cronica-eseu, mizează pe un public selectat, interesat şi familiarizat cu limbajul cultural. Aici abordarea jurnalistului poate fi eseistică, cu referințe la teoria şi practica specializată a domeniului. "Un comentariu expune şi interpretează, evocă evenimente sau idei, într-un discurs personalizat, după cum eseul prezintă reflecții susținute pe o bază teoretică solidă."[69] Cronica de cotidian cere respectarea regulii "piramidei inversate", o ajustare a limbajului la diversitatea publicului cititor, ceea ce nu exclude însă o abordare creativă, expunerea unor puncte de vedere estetice şi referințe comparative ale subiectului abordat. "Înrudită cu recenzia, cronica este specia care consemnează şi comentează spectacolul. Cu toate că scopul general rămâne informarea, şi prin cronică

[67] David Randall, *Jurnalistul universal*, Iaşi, Editura Polirom, 1998, p. 200.
[68] Westbrook Pegler, apud. David Randall, *op.cit.*, p. 206.
[69] Doina Ruşti, *op.cit.*, p. 100.

jurnalistul devine totodată şi un îndrumător cultural. Opinia lui contează, aduce autoritatea într-un domeniu. […] În cotidiene are prioritate articolul de informare, chiar şi în cazul unor spectacole."[70]

În radio cronica lecturată este tot mai rar întâlnită. Este de cele mai multe ori disimulată sub forma reportajelor, ce conțin secvențe de interviu cu autorii evenimentului cultural comentat (spectacol, carte, expoziție). În formula clasică, cronica de radio trebuie să fie scurtă, cu accent pe informație, să folosească un limbaj mediu ca accesibilitate şi e citită adesea de autorul ei. Nu poate depăşi 3 minute, (2 800 de semne), pentru a menține atenția ascultătorului. "Spre deosebire de ziare, ascultătorul aşteaptă de la un post de radio în primul rând să fie ținut la curent cu evenimentele, şi nu să i se prezinte variante comentate. Şi totuşi, comentariul şi nota îşi au şi ele rostul lor la radio. De la un post de radio consacrat, ascultătorii aşteaptă deja o îndrumare în ordonarea evenimentelor şi sugerarea unor explicații sau soluții legate de anumite teme."[71] Posturile publice de radio şi în special Radio România Cultural şi-a menținut notorietatea în zona culturală, încât să poată difuza cronică şi comentariu de eveniment cultural, să ofere un punct de vedere esteitc despre producțiile culturale comentate.

În televiziune, cronica sau recenzia nu mai apar decât în emisiuni specializate, montate eventual în rubrici de eveniment. "Tipul de recenzie ce merită să fie prezervat este acela al cărui scop principal este de a da informații despre opera în chestiune; de a o descrie, pe cât posibil, exact şi complet, de a-i trece în revistă stilul, conținutul, ideile."[72] Ideea promovată de David Randall susține încă o dată rolul fundamental al jurnalismului de a *informa*, iar în mass-media, eterogenitatea publicului obligă la abordări general accesibile ale domeniului cultural, chiar şi în zona strict specializată a cronicii sau recenziei.

3.2. Introducere în producția artistică originală

Când vorbim despre forța de sugestie a mass-media, cel mai citat exemplu este scenariul radiofonic *Războiul lumilor* realizat de Orson Welles, difuzat în 30 octombrie 1928 de radioul american, în urma căruia ascultătorii au fost convinşi de realitatea unei invazii extraterestre. Deşi doar un scenariu radiofonic, lectura artistică a autorului a fost atât de convingătoare încât a transmis iluzia realității, aruncând ascultătorii în stare de panică şi şoc. Acest exemplu celebru este una din primele explorări al potențialului expresiv al radioului în spațiul ficțiunii artistice. De atunci încoace teatrul radiofonic a

[70] Ibidem, p. 141.
[71] Michael H. Haas, Uwe Frigge, Gert Zimmer, *Radio Management: Manualul jurnalistului de radio*, Iaşi, Editura Polirom, 2001, p. 219.
[72] David Randall, *op.cit*., p. 205.

câştigat statutul de specie artistică independentă, recunoscut de profesioniştii spectacolului cu premii individualizate. La rândul său, televizunea a impus teatrul de televiziune sau teleplay-ul ca gen artistic adaptat mediului de comunicare. În România, din 1991 încoace, premiile UNITER recompensează anual cele mai bune producții de teatru radiofonic şi de teatru de televiziune, ca o recunoaştere explicită a calităților şi specificului producției artistice originale pentru radio şi televiziune.

De altfel, dimensiunea artistică este conținută în exersarea meseriei de jurnalist, dată fiind creativitatea implicată în toate speciile sale. Premiza creativității stă în limbajul gazetăresc, recunoscut la noi de câteva decenii ca stil funcțional al limbii. "Dintre limbajele specializate într-un anumit domeniu (ştiințific, beletristic, jurnalistic, administrativ, etc.), cel al literaturii şi cel jurnalistic se întâlnesc cu precădere în sfera exprimării colocviale, ambele recurgând la numeroase retorisme ale vorbirii vii, în special în datoria pe care o resimte autorul față de un îndepărtat şi vag cititor."[73] Acest "îndepărtat şi vag cititor", pe care orice jurnalist îl are în minte când scrie, justifică investiția de creativitate în limbajul şi compoziția articolelor destinate mass-mediei. Dacă reportajul literar a intrat în literatură venind din presa scrisă, este un semn al resurselor de creativitate şi al influențelor pe care mass-media le exercită asupra literaturii şi artelor. La rândul lui, audiovizualul a impus specii artistice noi, rezultate din folosirea canalelor mass-media pentru producția şi difuzarea spectacolelor de teatru, operă, muzică, divertisment. Inițial, posibilitatea difuzării în masă oferită de radio a fost folosită pentru transmisiile în direct sau în înregistrări a concertelor de muzică (clasică şi nu numai), spectacolelor de operă şi preluărilor radiofonice ale pieselor montate în teatre. Ulterior, televiziunea a preluat ideea, investind-o cu dimensiunea spectaculară a imaginii. De la transmisii şi înregistrări până la producția originală, gândită special pentru posibilitățile expresive ale canalului de comunicare, pasul a fost firesc, venind din necesitatea adaptării comunicării la specificul şi posibilitățile de sugestie artistică ale mediului. De exemplu, lipsa imaginii a cerut în teatrul radiofonic adaptarea textului şi *inventarea* unei scenografii sonore. Ilustrația muzicală a fost treptat înlocuită de spațiul sonor, creat anume pentru teatrului radiofonic. În teatrul pentru televiziune, prim-planul camerei de filmat, cere schimbarea accenteleor în jocul actorilor, iar mobilitatea camerei diversifică spațiile de joc şi scenografia.

Dacă la începuturile audiovizualului *scena teatrului* era adusă în casele oamenilor prin intermediul înregistrărilor, astăzi s-a schimbat sensul influențelor: paradigma lumii exprimate prin sunet şi imagine este cea care schimbă şi dinamizează scena. Întreaga creație artistică a suferit influența

---

[73] Doina Ruşti, *op.cit.*, p. 18.

culturii media, dovedind astfel dubla direcție de circulație a valorilor. Să amintim aici doar apariția unor specii artistice noi, care hibridează scena cu mediile: teatru imagine, dans pentru cameră, video-instalație, etc. Civilizația <<tubului catodic>> a schimbat radical capacitatea umană de a semnifica şi comunica prin intermediul *iconurilor* (vizuale sau sonore). Mass-media, publicitatea, artele vizuale sau artele spectacolului sunt ecoul şi beneficiarii direcți ai schimbării de paradigmă culturală. Ritmul accelerat al vieții, codurile *iconice* cu care operează noua tehnologie digitală, se reflectă în capacitatea publicului/auditoriului de a opera şi a decripta semne din aria limbajului vizual/sonor. Mesajul conținut în cuvânt se diseminează la nivelul imaginii şi sunetului. Delegarea sensurilor către aceşti operatori semantici e răspunsul adaptativ la accelerarea ritmului vieții. "Limba este o tehnologie care extinde simultan toate simțurile omului, pe când celelalte produse ale lui reprezintă, prin comparație, extensii specializate ale facultăților fizice şi mentale. Limba scrisă specializează imediat vorbirea, prin limitarea cuvintelor la unul dintre sensuri. Vorbirea scrisă, constituie un exemplu de asemenea specializare, dar cuvântul rostit emite rezonanțe, implicând toate simțurile. Vechea zicală: "Vorbeşte ca să te pot vedea" era un mod popular de a exprima această calitate integrală şi inclusivă a cuvântului rostit."[74] Producția artistică originală din audiovizual exploatează tocmai această putere de comunicare a sunetului şi imaginii, complementară cuvintelor. Comunicarea emotivă o domină pe cea rațională, favorizând spectaculosul şi teatralizarea realității în audiovizual. Genurile artistice originale ale audiovizualului nu pot fi separate de tendința abordării dramaturgice a genurilor informative ale jurnalismului. "Odinioară cunoaşterea, care era privilegiul unui mic număr de oameni, se achiziționa la modul ordonat şi rațional. Astăzi, marea majoritate nu are altă sursă de informare asupra lumii exterioare decât televizorul şi radioul. Cunoaşterea rezultă dintr-un bombardament de imagini şi sunete care trec prin creierul drept, cel al afectivității, şi nu prin cel stâng. Şocul simbolic e mai puternic decât cel al cuvintelor. Rezultă o pronunțată confuzie a valorilor, a priorităților, a mizelor, dar şi a rolurilor sociale. Banii, cei ai starurilor din foiletoane, cei din jocurile tv, devin valoarea cheie. Liderii de opinie nu mai sunt cei de odinioară. Astăzi cei ce dau tonul sunt prezentatorii tv, vulgarizatorii. Cei ce reuşesc să stabilească dialogul sunt cei ce ştiu să vorbească în noul limbaj, în care se scaldă întreaga seară compatrioții lor "telefagi". Primează afectivitatea şi emoția asupra rațiunii."[75] (traducerea noastră) Aceste schimbări fundamentale în sistemul axiologic social, provocate de cultura media, se regăsesc în practica teatrului radiofonic şi a celui de televiziune.

---

[74] Marshall McLuhan, *Mass-media sau mediul invizibil*, Bucureşti, Editura Nemira, 1997, p. 313.
[75] François-Henri de Virieu, *La médiacratie*, Paris, Flammarion, 1990, p.24.

Capitolul de față îşi propune să ofere doar o introducere în specificul producției artistice originale din audiovizual, urmând ca aspectele practice şi evoluția genurilor de-a lungul deceniilor să fie analizate în referatul următor. Teatrul radiofonic, teatrul de televiziune şi spațiul sonor, ca loc al creației artistice originale nu puteau însă să nu figureze între genurile jurnalismului cultural, cu toate că rolul lor informativ este secundar. Primează aici dimensiunea cultural-educativă pe care posturile publice de radio şi televiziune au rolul să o conserve şi prin producția artistică specifică.

BIBLIOGRAFIE

1. Balle, Francis, *Médias et Societés*, Paris, Montchrestien, 1990.
2. Bertrand, Claude-Jean, *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, trad. Mirela Lazăr, Iaşi, Editura Polirom, 2001.
3. Bougnoux, Daniel, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, Édition La Découverte&Syros, 2001.
4. Boyd, Andrew, *Broadcast Journalism*: *techniques of radio and TV news*, Oxford, Focal Press, 1997.
5. Cantril, Hadley; Allport, Gordon W., *The psycology of radio*, New York-London, Harper&Brothers Publisher, 1935.
6. Chiribucă, Dan, *Tranziția postcomunistă şi reconstrucția modernității în România*, Cluj-Napoca, Editura Eikon, 2004.
7. Clayton, Joan, *Interviwing for jurnalists: how to research and conduct interviws you can sell,* London, Piatkus, 1994.
8. Cluzel, Jean, *L'Audiovisuel en Europe Centrale et Orientale*, Paris, L.D.G.J., 1996.
9. Coman, Mihai, (coordonator), *Manual de jurnalism,* Vol. I, II, Iaşi, Editura Polirom, 2001.
10. Coman, Mihai, *Mass-media în România postcomunistă*, Iaşi, Editura Polirom, 2003.
11. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Iaşi, Editura Polirom, 2004.
12. Coteanu, Ion, *Stilistica funcțională a limbii române*, Bucureşti, Editura Academiei RSR, 1973.
13. Debray, Régis*, Vie et mort de l'image. Un histoire du regard en Occident*, Paris, Gallimard, 1992.
14. Dollot, Louis*, Culture individuelle et culture de masse*, Paris, PUF, 1974.
15. Fiske, John, *Introducere în ştiințele comunicării*, trad. Monica Mitarca, Iaşi, Editura Polirom, 2003.
16. Gaillard, Philippe, *Technique du journalism*, Paris, PUF, 1996.
17. Gaillard, Philippe*, Le reportage*, Strasbourg, Edité par l'Institut International de la Presse avec le concours du Centre International d'Enseignement Superieur du Journalisme de l'Université de Strasbourg, 1966.
18. Gross Peter, *Mass-media şi democrația în țările Europei de Est*, trad. Malina Iordan, Iaşi, Editura Polirom, 2004.

19. Grosu Popescu, Eugenia, *Jurnalism radio: specificul radiofonic*, Bucureşti, Editura Teora, 1998.
20. Haas, Michael H.;Frigge, Uwe; Zimmer, Gert, *Radio management: manualul jurnalistului de radio*, trad. Mariana Stoican, Iaşi, Editura Polirom, 2001.
21. Jeanneney, Jean-Noël, *Une histoire des médias*, Paris, Seuil, 2000.
22. Joanescu, Irene, *Radioul modern: Tratarea informației şi principalele genuri informative*, Bucureşti, Editura All, 1999.
23. Kellner, Douglas, *Cultura media*, traducători: Teodora Ghiviriza, Liliana Scărlătescu, Adrian-Dinu Rachieru, Iaşi, Editura Institutul European, 2001.
24. McLuhan, Marshall, *Mass-media sau mediul invizibil*, trad. Mihai Moroiu, Bucureşti, Editura Nemira, 1997.
25. Mathien, Michel, *La presse quotidienne regionale*, Paris, PUF, 1986
26. Petcu, Marian, *Tipologia presei româneşti*, Iaşi, Editura Institutul European, 2000.
27. Rad, Ilie, *Stilistică şi mass-media*, Cluj, Editura Excelsior, 1999
28. Rad, Ilie, (coordonator), *Jurnalismul cultural în actualitate*, Cluj, Editura Tribuna, 2005
29. Randall, David, *Jurnalistul universal*, trad. Alexandru Brăduț Ulmanu, Iaşi, Editura Polirom, 1998.
30. Roşca, Luminița, *Producția textului jurnalistic,* Iaşi, Editura Polirom, 2000.
31. Ruşti, Doina, *Presa culturală: specii, tehnici compoziționale şi de redactare*, Bucureşti, Editura Fundației Pro, 2002.
32. Van Dijk, Teun, *News and Discourse*, New York, Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
33. Virieu, François-Henri de, *La médiacratie*, Paris, Flammarion, 1990.
34. Virilio, Paul, *La Machine de vision*, Paris, Galilée, 1988.
35. Zeca-Buzura, Daniela, *Jurnalismul de televiziune*, Iaşi, Editura Polirom, 2005.
36. *** *Jurnalism and popular culture*, London, edited by Peter Dahlgren and Colin Sparks, 1993.
37. *** *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, (traducere şi coordonare Mirela Lazăr), Iaşi, Editura Polirom, 2001.
38. *** *Teoria şi practica presei*, *Cercetare bibliografică elaborată în cadrul bibliotecii* de Olga Mihăilă, Bucureşti, f.e., 1977.
39. *** *La culture. De l'universel au particulier* (coord. Nicolas Journet), Auxerres, Édition Sciences Humaines, 2002.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ ŞI ROMANUL-REPORTAJ

MIHAI LISEI

ZUSAMMENFASSUNG. Das Ende des 20. Jh. hat den Reportageroman auferlegt. Bekannte Namen in der Weltliteratur unterstüzen diese Idee und überzeugen die Theoretiker der Gattung über die *Kunst eine Reportage zu schreiben* zu sprechen:

Egon Erwin Kisch, Curzio Malaparte, John Dos Passos, Ernest Hemingway, John Reed, Günter Grass, Gabriel García Márquez u.s.w.

Auch auf rumänischem Gebiet wurde in der Zwischenkriegszeit der Reportageroman von Geo Bogza und Felix Brunea-Fox erfolgreich gepflegt. Der erste der beiden, Autor des Prosapoems *Cartea Oltului* (1945) (Das Altbuch; der Alt, ein Fluss in Rumänien Note des Übersetzers), hat bei uns die literarische Berichtserstattung durchgesetzt, was freie Bahn für Autoren wie: Traian Coşovei, Ilie Purcaru, Paul Anghel, Ioan Grigorescu und viele andere die sich später bestätigt haben, geschaffen hat.

Der Kolumbianische Schriftsteller, Gabriel García Márquez , kehrt zur Literatur immer wieder zurück , (als) zu dem „besten Beruf der Welt“ und macht es über den Jurnalismus mit einem Reportageroman namens *Noticia de un secuestro.* In diesem Falle erreicht die Kunst eine Reportage zu schreiben ihren Zweck: macht die Lektüre anziehend und verwandelt den Leser (indirekt) in einem unwillkürlichen Augenzeugen der berichteten Tatsachen, was als Folge hat, dass der Leser so tief wie möglich in die Verwicklung des Themas (Ereignisses) dringt.

In der *Notica de un secuestro*, respektiert Gabriel García Márquez die klassischen Einheiten eines Berichts, ohne von der eigenen Genialität abzuweichen.

Sfîrşitul de veac XX a impus *romanul-reportaj*. O contribuție majoră la afirmarea şi dezvoltarea reportajului au avut-o şi o au scriitorii. Cîteva nume de notorietate vin să sprijine această idee şi îi determină pe teoreticienii genului să vorbească despre *arta de a scrie un reportaj*: Egon Erwin Kisch, Curzio Malaparte, John Dos Passos, Ernest Hemingway, John Reed, Günter Grass, Gabriel García Márquez etc.

De remarcat că şi în spațiul românesc, în perioada interbelică, reportajul a fost cultivat cu succes de Geo Bogza şi Felix Brunea-Fox. Primul, autor al poemului în proză *Cartea Oltului* (1945), a impus la noi reportajul literar, deschizînd drumul unor autori care au confirmat în timp: Traian Coşovei, Ilie Purcaru, Paul Anghel, Ioan Grigorescu şi mulți alții.

***

În cazul lui Gabriel García Márquez, putem spune că ucenicia de ziarist şi-a început-o la vîrsta de 17 ani, pe cînd se afla în Barranquilla şi participa la furtunoasele întîlniri ale grupului *la Cueva* (*Peştera*).

Vocația de ziarist şi-o descoperă în condițiile în care Elvira Mendoza, sora prietenului său, Plinio Apuleyo Mendoza, al cărui tată întemeiase săptămînalul "Sábato", i-a luat artistei argentiniene Berta Singernman "un interviu rapid, în condiții excepționale"[1]. Pînă atunci, mărturiseşte Márquez, nu-şi închipuia că ziaristica poate fi o meserie pentru el. Interviul, spune în continuare Márquez, "mi-a schimbat cu desăvîrşire prejudecățile împotriva profesiei [de ziarist, n.n.] şi mi-a descoperit o vocație ignorată"[2]. Din acel moment, pentru tînărul ucenic, reportajul, aşa cum i revelase din experiența Elvirei Mendoza, a devenit fascinant "nu ca mijloc excepțional de informare, ci mult mai mult decît atît: ca gen literar. N-aveau s-a treacă mulți ani pînă să constat [...] că romanul şi reportajul sînt copii ai aceleiaşi mame"[3].

Semnele scrisului pus în slujba jurnalismului trebuie căutate în perioada în care a lucrat la ziarul "El Espectador". "Invitația" de a scrie la "ziarul cel mai bun din lume", după cum declarase Eduardo Zalamea Borda la BBC, a venit din partea lui Luis Gabriel Cano, administratorul general al cotidianului amintit. Propunerea lui Luis Gabriel Cano, "în termeni solemni" a fost ca Márquez să lucreze la ziar ca redactor de rubrică, pentru a scrie articole de informare generală, note critice şi tot ce ar fi necesar în nebunia de ultimă oră, cu un salariu lunar de nouă sute de pesos. Aşa a intrat Márquez *în schemă* la "El Espectador", unde a consumat cea mai mare cantitate de hîrtie din viața lui, în mai puțin de doi ani.

Într-o vreme în care jurnalismul nu se preda la Universitate, "ci se învăța zi de zi, respirînd cerneala de tipar", Márquez se inițiază, din mers, în tainele meseriei de la cei mai buni maeştri, cu suflet mare, dar şi cei mai severi.

Cel mai celebru reportaj pe care l-a scris Márquez în paginile ziarului "El Espectador" a fost cel despre *Povestea unui naufragiat care a plutit zece zile pe ape, fără să mănînce şi să bea, fiind proclamat erou al patriei, sărutat de reginele frumuseții, îmbogățit din publicitate şi mai apoi urît de guvern şi uitat pentru totdeauna*. Pentru prima oară, Márquez cunoaşte succesul.

La cinsprezece ani de la apariția relatării în "El Espectador", Editura Tusquets din Barcelona, a publicat *Povestea unui naufragiat care a plutit zece zile pe ape, fără să mănînce şi să bea, fiind proclamat erou al patriei, sărutat de reginele frumuseții, îmbogățit din publicitate şi mai apoi urît de guvern şi uitat pentru totdeauna*. Cartea, în coperte aurite, s-a vîndut ca pîinea caldă.

---

[1]Gabriel García Márquez, *A trăi pentru a-ți povesti viața*, traducere din limba spaniolă, prefață şi note de Tudora Şandru Mehedinți, Ed. Rao, Bucureşti, 2004, p. 328.
[2] *idem.*
[3] *idem.*, p.330.

***

Cînd, în 1996, Gabriel García Márquez a publicat la Ed. Mondatori *Noticia de un secuestro*[4], cartea, în ciuda faptului că era aşteptată de public (se spune că a fost vîndută într-un ritm de trei exemplare pe minut), a plătit tribut de-acum miticului *veac de singurătate*. De aceea, *volens-nolens*, numele lui García Márquez a ajuns să se confunde cu sintagma de *realism magic*, făcînd adesea uitate reportajele sale celebre.

Primul aspect notabil este faptul că scriitorul columbian se întoarce în literatură, din nou şi din nou, la "cea mai bună profesie din lume", prin jurnalism, cu un roman-reportaj. Astfel, el are şansa de a nara o dramă adevărată, "dintre cele ce nu se plăsmuiesc pe hîrtie", ci "le inventează viața şi aproape întotdeauna dînd lovituri grele"[5].

Trei ani şi-a dedicat García Márquez creației marelui reportaj, care povesteşte despre cele zece sechestrări ale unor jurnalişti columbieni, în perioada august 1990 – iunie 1991, la ordinul lui Pablo Escobar, şeful Cartelului drogurilor de la Medellin.

Istoricul acestor răpiri are ca principal motiv spaima traficanților de a fi extrădați în Statele Unite, unde puteau fi judecați pentru infracțiunile comise acolo şi condamnați la pedepse uriaşe. Extrădarea era posibilă datorită unui tratat încheiat de guvernul preşedintelui Julio César Turbay, prin care s-a convenit în premieră asupra extrădării conaționalilor. Preşedintele Belisario Betancur l-a pus primul în aplicare, printr-o serie de extrădări sumare. Simultan, justiția SUA a declanşat urmărirea generală, în toate colțurile lumii. Traficanții au ajuns la concluzia că nu există nici un loc mai sigur decît Columbia. Cercul însă s-a închis, pe măsură ce aplicarea tratatului era la ordinea zilei, în cele din urmă traficanții ajungînd să fie fugari în propria lor țară. De aceea, singura lor alternativă era de a cere protecția statului pentru a-şi salva pielea.

Negocierile cu Guvernul au început sub semnul terorismului, dar au existat şi momente cînd traficanții au avansat propunerea de a se preda justiției columbiene şi a-şi investi capitalul în țară, cu condiția de a nu fi extrădați. "S-a constituit o adevărată contraputere din umbră, care purta o marcă – Extrădabilii – şi flutura un slogan tipic pentru Escobar: *Mai bine un mormînt în Columbia, decît o celulă în Statele Unite*"[6].

Cu orice risc, preşedintele Betancur a continuat lupta împotriva traficanților de droguri, iar succesorul lui, Virgilio Barco, a întețit-o.

---

[4] Gabriel García Márquez, *Ştiri despre o răpire* (ed. în limba română), traducere de Sarmiza Leahu, Ed. Rao, Bucureşti, 2003.

[5] Apud. Diana Moțoc în Gabriel García Márquez, *Ştirea unei sechestrări*, traducere şi prezentare de…, în revista "Tribuna", nr. 1-15 / 1999.

[6] Gabriel García Márquez, *Ştiri despre o răpire* (ed. în limba română), traducere de Sarmiza Leahu, Ed. Rao, Bucureşti, 2003, p. 25.

În 1989, César Gaviria a fost ales preşedintele Columbiei. În campannia electorală, Gaviria a prezentat o strategie împotriva traficanților. Cei care acceptau să apară în fața instanței şi să-şi mărturisească toate delictele sau o parte dintre ele, urmau să beneficieze de nonextrădare. Pablo Escobar a cerut însă, prin intermediul avocaților săi, nonextrădarea necondiționată, eliminarea mărturisirii delictelor şi a denunțului din categoria condițiilor obligatorii, asigurarea unei închisori invulnerabile precum şi garantarea protecției pentru familiile şi acoliții lor. Ca să-şi atingă scopurile, jonglînd cînd cu acțiuni teroriste, cînd cu negocieri, a dezlănțuit un val de răpiri din rîndul ziariştilor, începînd cu august 1990. În numai două luni de la această dată, au fost luați ostatici opt jurnalişti.

La 7 noiembrie 1990, Javier Ayala, directorul şi prezentatorul de la "Noticiero National", a difuzat ştirea prin care a adus la cunoştință opiniei publice faptul că numărul jurnaliştilor sechestrați a ajuns la zece:

> "Directoarea generală a oficiului Focine, dona Maruja Pajón de Villamizar, soția cunoscutului om politic Alberto Villamizar, şi sora acestuia, Beatriz Villamizar de Guerrero, au fost răpite în această seară la orele şapte şi jumătate"[7].

După cum ne informează Márquez, scopul răpirii părea evident: "Maruja era sora Gloriei Pachón, văduva lui Luis Carlos Galán, tînărul ziarist care, în 1979, întemeiase mişcarea "Nuevo Liberalismo" pentru a revigora şi moderniza învechitele obiceiuri ale partidului liberal şi care reprezenta forța cea mai credibilă şi energică în lupta împotriva traficanților de droguri şi se pronunțase în favoarea extrădării conaționalilor"[8].

Difuzarea ştirii de mai sus coincide cu încheierea primului capitol (poate cel mai desăvîrşit din perspectiva artei de a scrie un reportaj), din cele unsprezece – plus Epilogul, cîte numără configurația acestui senzațional roman-reportaj.

Pablo Escobar ştia că nu mai avea nici o scăpare şi că poliția sau rivalii vor sfîrşi prin a-l ucide. S-a hotărît că e mai bine să se predea şi să-i folosească pe ostatici, pentru a forța mîna Guvernului şi să-şi negocieze în mod favorabil condițiile predării. A urmat o negociere lungă, care a durat aproape un an. În acest timp, doi dintre ostatici au murit şi destinul lor tragic a îndoliat bucuria celor eliberați. Cu o frază de maestru, Márquez deschide, sub formă de evantai, Cutia Pandorei, din care lasă să se strecoare speranța, mascînd tragedia:

> "Înainte de a se urca în maşină, a întors capul ca să se asigure că n-o urmărea nimeni"[9].

---

[7] Gabriel García Márquez, *Ştiri despre o răpire* (ed. în limba română), traducere de Sarmiza Leahu, Ed. Rao, Bucureşti, 2003, p. 18.
[8] *Op. cit.*, p. 18.
[9] *Op. cit.*, p. 7.

Acesta este stilul şi ritmul prin care García Márquez relatează sechestrarea, în Bogotá, a Marujăi Pajón şi a Beatrizei Villamizar, asasinarea gratuită a şoferului lor, întîlnirea cu Marina Montoya – o altă ostatică, luată numai pentru a fi ulterior ucisă drept “sancțiune” pentru Guvernul ostil cererilor extrădabililor, moartea Dianei Turbay cauzată de un glonț rătăcit în timp ce autoritățile încercau să o salveze, şi multe alte imagini ce vorbesc despre Columbia de la începutul anilor ’90, marcată de puternice tensiuni sociale şi de ascensiunea traficanților de droguri.

Pentru a da la iveală această bijuterie jurnalistică, Gabriel García Márquez a strîns maximum de date despre evenimentul în cauză. A cercetat faptele care au precedat sechestrarea celor zece jurnalişti, a stabilit toate amănuntele organizării răpirii, consecințele precum şi atmosfera creată în jurul ei. Riscul de a trece pe lîngă subiect, de a se lăsa condus de aparențe, de a nu înțelege importanța unui amănunt – fir roşu al întregii poveşti, cel al faptului că “nu era vorba de zece răpiri diferite, ci de una singură[10]: răpirea colectivă a zece persoane selectate cu o deosebită grijă şi dusă la îndeplinire de o aceeaşi entitate şi cu o unică finalitate”[11], a fost piatra de încercare pentru Márquez. Au învins însă experiența şi măiestria sa narativă, semn al unei maturități depline, dobîndite nu în sălile de curs, ci în confruntarea directă cu *magia realității*.

Structura majoră a textului lui Márquez vizează discursul informativ. Cele şase întrebări fundamentale (cine?, ce?, unde?, cînd?, cum? şi de ce?) îşi descoperă corespondența, ca nişte oglinzi fidele ale realului, în răspunsurile purtătoare de adevăr, pe care scriitorul le-a obținut în trei ani de investigații. În acest sens, putem vorbi de o acuratețe a datelor obținute şi reproduse exact, în urma interviurilor cu Maruja Pachón şi soțul ei, Alberto Villamizar, dar şi cu alți comilitoni de suferință, care şi ei au devenit personaje cu o identitate bine definită şi într-o ambianță proprie.

La García Márquez, epicul înseamnă reprezentare proiectată în cheie vizuală. Stilul columbianului se caracterizează, prin excelență, prin ataşarea de recreare a realului, într-o formă poetică. “Suplimentarea” realului conduce la magie, prin prezentarea unor lucruri neobişnuite într-un mod natural.

Apelul la amintire – sursă de evenimente, funcționează ca factor esențial în cazul reportajului, pentru că orice retrospectivă este o revenire sau dacă nu, este un nou strat pentru viitoarele reveniri în timp şi în spațiu, un pretext pentru asocierea unor împrejurări mai vechi la cele noi. Aşa se

---

[10] Din păcate, traducerea titlului în limba română nu este în concordanță cu faptele relatate de Gabriel García Márquez în acest roman-reportaj. De altfel, titlul original, *Noticia de un secuestro* (*Ştirea unui sechestru*), sugerează clar intenția autorului de a dezvălui dintru început unitatea răpirilor celor zece jurnalişti şi prezentarea lor sub forma unei singure ştiri.

[11] *Op. cit.*, p. 5.

explică de ce reportajul este la García Márquez o narațiune în limitele unei succesiuni de impresii şi imagini.

La nivelul descrierii, grila operațiilor de construcție conduce la o structură verticală şi arborescentă, ce stabileşte un raport de echivalență între “tema-titlu” şi “expansiune”, dezvoltarea ei. Unitatea continuă a textului, şi la nivelul descrierii, se poate decela în micile sau marile parabole existențiale pe care reportajele lui García Márquez le propun. Este un semn că scriitorul nu se dezminte în a fi contemporan cu progresele esteticii, dar şi cu viața însăşi.

Structura compozițională de tip jurnalistic pusă în practică de García Márquez țintește să obțină cea mai bună înțelegere posibilă din partea lectorului. Oricare ar fi procedeele stilistice, ele urmăresc să pună în evidență punctele cele mai frapante ale unei informații, fie că este vorba de elemente esențiale ale ştirii, fie de amănunte capabile să o explice şi să trezească pur şi simplu curiozitatea publicului cititor.

Arta de a scrie un reportaj îşi atinge scopul: face lectura atrăgătoare şi transformă cititorul într-un martor indirect al faptelor. Căci ce este un reportaj – un text care îl face pe cititor să pătrundă cît mai adînc posibil în “ițele” subiectului (evenimentului).

Gabriel García Márquez respectă unitățile clasice ale unui reportaj, fără a abdica de la propria genialitate.

REFERINȚE

1. Gabriel García Márquez, *Ştirea unei sechestrări*, traducere şi prezentare de Diana Moțoc, în revista “Tribuna”, nr. 1-15 / 1999.
2. Gabriel García Márquez, *Ştiri despre o răpire*, traducere de Sarmiza Leahu, Ed. Rao, Bucureşti, 2003.
3. Gabriel García Márquez, *A trăi pentru a-ți povesti viața*, traducere din limba spaniolă, prefață şi note de Tudora Şandru Mehedinți, Ed. Rao, Bucureşti, 2004.
4. Plinio Apuleyo Mendoza, *Parfumul de guayaba*. *Convorbiri cu Gabriel García Márquez*, traducere de Miruna Ionescu, Ed. Curtea veche, Bucureşti, 2002.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

VALORI INFORMAŢIONALE *VERSUS* MANIPULARE ÎN JURNALISM

ILEANA COTELEA

ARGUMENT. Comunicarea mediatică tinde să ocupe un loc tot mai important în viața de zi cu zi a omului modern. De aceea, modul în care este ea înfăptuită trebuie să constituie o preocupare atât pentru teoreticieni, cât mai ales pentru cei care o practică, întrucât doar astfel calitatea actului mediatic poate fi îmbunătățită. Specialiştii în comunicare susțin că propagarea ideilor prin mass-media are efecte complexe şi puternice asupra consumatorului, chiar dacă acestea nu sunt observabile imediat.

Lipsa timpului suficient pentru elaborarea materialelor de presă, pregătirea profesională uneori lapidară, goana după senzațional, condiția ingrată a jurnalistului şi, nu în ultimul rând, presiunile diverse exercitate asupra sa, pot da naştere în anumite cazuri la erori de presă, care modifică percepția publicului asupra realității.

Investirea exagerată a mass-mediei cu încredere poate duce la abuzuri, iar adesea la manipulari bine calculate, fară ca opinia publică să realizeze că este obiectul acesteia.

Lucrarea de față îşi propune să puncteze care sunt principalele forme de abatere de la obiectivitatea jurnalistică mult dorită şi enunțată în toate codurile deontologice. Vom ilustra aceste tipuri de inducere în eroare a opiniei publice cu exemple din presa românească postdecembristă şi vom face diferențierea dintre persuasiune, dezinformare, intoxicare şi manipulare, deşi deseori ultimul termen - cel de „manipulare" - le înglobează în mod eronat şi generic pe celelalte. În titlul lucrării noastre am folosit în mod intenționat termenul de „manipulare", întrucât am considerat că cel de „inducere în eroare" nu implică ideea unei intenționalități negative, deci nu este întru totul adecvat, iar cititorul nu ar identifica corect subiectul cercetat.

Practicarea jurnalismului de senzație şi ignorarea valorilor informaționale pe falsul principiu *publicul îşi doreşte violență şi spectacol* sunt tendințe ale presei româneşti actuale. Este jurnalistul supus diferitor tipuri de constrângeri care îi afectează munca? Există în sistemul mediatic românesc campanii de manipulare intenționate?

Vom răspunde la aceste întrebări, care constituie în fapt probleme de care jurnaliştii se lovesc în munca de zi cu zi, dar, prinşi în vâltoarea evenimentelor, se circumscriu şi ei aceluiaşi cerc vicios.

1. Valorile informaționale *versus* jurnalismul de senzație

După un sondaj realizat de Institutul Român de Sociologie[1], preferințele românilor în materie de programe de televiziune se îndreaptă după cum urmează: 85,7% preferă ştirile, 66,5% filmele seriale, 63,8% filmele cinematografice, 43,5% sunt atraşi de sport, 37,5% de concursuri, 31,2% prefera *talk-show*-urile, 27,9% emisiunile ştiințifice şi 16,7% emisunile culturale. Rezultă că preocupările culturale ale românilor se află la o cotă scăzută, iar cultura de masă îşi pune tot mai mult amprenta în viața cotidiană. Oamenii

[1] Mihai Coman, *Mass-media în România postcomunistă,* Polirom, Iaşi, 2003, p. 111.

preferă serialele în detrimentul filmelor cinematografice şi concursurile în detrimentul emisiunilor ştiinţifice. Totuşi, diferenţa de procente este mică şi nu putem aprecia cu exactitate dacă rezultatele sunt relevante pentru întreaga ţară, deoarece nu cunoaştem ce studii şi nivel de pregătire profesională aveau respondenţii şi din ce zone proveneau. Un aspect se detaşează însă de la sine: ştirile au cea mai mare audienţă, covârşitoare în raport cu celelalte genuri.

Vom puncta în continuare care trebuie să fie calităţile unei informaţii pentru ca ea să devină ştire, pentru a înţelege mai uşor cum se face selecţia ştirilor difuzate pe post din multitudinea de evenimente care au loc într-o zi. Apoi vom urmări în ce măsură rigorile jurnalistice se aplică în mass-media românească.

Pentru a fi făcută publică, o informaţie trebuie să îndeplinească mai multe criterii: să afecteze direct o masă cât mai mare de oameni, să fie de actualitate, să satisfacă criteriul proximităţii, să fie inedită sau negativă. Jurnaliştii trebuie să insiste pe valoarea informaţională a unei ştiri, nu pe caracterul ei spectaculos. Însă de la preluarea unei informaţii în formă pură până la difuzarea ei pe post, ea trece printr-o mulţime de procedee care i-ar putea afecta valoarea, dacă jurnalistul nu este obiectiv şi nu doreşte să-şi informeze corect publicul. În aceste procese intervine **manipularea**, în modul în care jurnalistul transmite o informaţie, nu dacă o face publică sau nu.

Într-un mediu concurenţial, un mijloc de informare în masă nu-şi mai poate permite să nu transmită deloc o informaţie, căci publicul său oricum o va afla mai devreme sau mai târziu, iar postul respectiv va avea de suferit din cauza lipsei de credibilitate. În ceea ce priveşte lipsa echidistanţei, problema este una de nuanţă, de părtinire în procesarea informaţiei, mai ales când este vorba de un conflict, deci sunt implicate cel puţin două părţi. Desigur că obiectivitatea absolută este o utopie, în schimb jurnalistul este dator să aspire la ea şi să ţină cont de recomandările următoare: să comunice numai evenimente adevărate, să prezinte toate părţile implicate, să scoată în evidenţă neclarităţile unei situaţii (dacă ele există), să nu-şi exprime păreri proprii, să adopte un stil clar şi concis în prezentarea datelor.

Tendinţa presei actuale este de a bagateliza subiectele de interes public major şi a promova ştirile de scandal sau cele referitoare la viaţa mondenă, pentru că se mizează pe **caracterul spectaculos** al acestora. Un exemplu edificator în acest sens îl reprezintă *Ştirile PRO TV* de la ora 5, cărora li s-a imputat de nenumărate ori că sunt lipsite de etică şi au un caracter prea morbid şi sângeros. Având în vedere că acestea durează de câţiva ani şi încă mai au audienţă, se confirmă ipoteza conform căreia **"televiziunea formează publicul".**

Postul concurent *PRO TV*-ului, *Antena 1*, a încercat în 2004 o combatere a acestui tip de ştiri, când, în acelaşi interval orar, au programat *Observatorul* cu Andrei Zaharescu şi Andreea Berecleanu; s-a rămas în

aceeaşi sferă a senzaționalului, dar s-a marşat pe ştirile mondene, mai *soft*, însă cu acelaşi succes la public. Astfel o puteam vedea la ştiri pe Corina Chiriac vorbind despre planurile sale muzicale sau pe Mădălin Voicu povestind despre vacanța sa cu familia petrecută în țări exotice. Proiectul nu a fost durabil, căci în câteva luni s-a revenit la formatul *PRO TV*: ***sânge şi sex***.

Numeroşi analişti au relevat **caracterul "isteric" al presei**, care exagerează până la absurd unele subiecte pseudo-informaționale, însă ignoră voit aspectele importante ale societății. Chiar şi în ştirile din *prime time* sunt prezentate astfel de pseudo-evenimente, precum în data de 19 mai 2005, când, la *Ştirile PRO TV* de la ora 19, Andreea Esca anunța cu emfază: "Daniela Gorfi a dat lovitura vieții ei: cântă în duet cu Adi Minune"! Valoarea informațională a ştirii este nulă şi ea nu putea fi difuzată în cadrul unui jurnal, ci doar la o emisiune cu profil muzical.

Mihai Coman apreciază că succesul televiziunilor comerciale în România s-a datorat la început tocmai acestui stil. Cauza poate fi "tendința omului de a nu mai depune un efort de analizare a informației primite, ci de a prefera s-o obțină gata *rumegată* acolo unde este cazul (sau unde au considerat editorii că este nevoie, pentru a deveni mai atractivă)"[2].

În privința presei scrise, s-au înființat publicații specializate pe jurnalismul de senzație: *Infractorul, Infractoarea* sau *Academia infractorilor* la capitolul: *sânge şi sex* şi *Star, Ciao şi Story* referitoare la viața VIP-urilor şi bârfele din lumea mondenă. Decupajul tabloid şi stilul spectaculos plasează presa în poziția de furnizoare de divertisment şi pe jurnalişti în ipostaza de *entertaineri*.

2. Metode de inducere în eroare

2.1 Persuasiunea şi dezinformarea

Principalele forme de abatere de la informația obiectivă sunt: persuasiunea, dezinformarea, intoxicarea, manipularea. Conform cărții *Manipularea opiniei publice prin televiziune*[3], **persuasiunea** se defineşte ca acțiunea prin care autorul unui mesaj susține o idee încercând să convingă auditoriul. Ea nu conține intenționalitate negativă, pentru că nu ascunde fapte, dar le evidențiază pe cele favorabile. În acest caz, **televiziunea are cel mai persuasiv tip de mesaj** dintre toate mijloacele de comunicare în masă, întrucât ea coroborează imaginea şi sunetul cu elementele de redactare a textului, deci înglobează retorica şi stilistica cu atuurile artei actoriceşti: tonul, mimica şi expresivitatea mişcării. Omul va fi întotdeauna convins de un lucru văzut la televizor, argumentând că "l-a văzut cu proprii ochi, deci e imposibil să nu fie adevărat". Profitând de credibilitatea pe care

[2] *Ibidem,* p. 75.
[3] Corina Crişan, Lucian Danciu, *Manipularea opiniei publice prin televiziune,* Dacia, Cluj-Napoca , 2000.

o oferă imaginea, televiziunea poate induce cel mai uşor în eroare publicul, de aceea ne vom ocupa pe larg de acest aspect pe parcursul lucrării.

Dezinformarea reprezintă suprimarea brutală a oricărei obiectivităţi şi chiar credibilităţi a mesajului. Cel care redactează textul omite intenţionat anumite elemente, pentru a da informaţiei un sens dorit de el sau renunţă de tot la a mai da ştirea pe post. Aşa s-a întâmplat în cazul televiziunii publice, când, în 1999, la Iaşi studenţii erau în grevă, dar la *TVR* românii se puteau delecta cu o expozitie a unui ministru, care avea loc în acelaşi oraş. În acest caz, *TVR* poate fi acuzat nu numai de dezinformarea publicului, ci şi de **partizanat politic**, deoarece a preferat să publice o ştire cu valoare informaţională scăzută, dar care aducea un plus de imagine personajului politic în cauză, în detrimentul uneia cu valoare ridicată, care ataca Guvernul. Această abatere a *TVR* de la etica jurnalistică nu este singura, exemplele fiind numeroase în perioada postdecembristă.

Ţintele dezinformării sunt în special liderii de opinie, care pot influenţa decizional şi acţional grupurile din care fac parte. Să ne închipuim ce se întâmplă dacă un broker deţine o informaţie falsă, despre care este convins că e reală, conform căreia acţiunile de la o bancă vor creşte vertiginos în următoarea zi; va cumpăra cât mai multe şi îi va sfătui şi pe clienţii săi să cumpere. A doua zi, preţul acţiunilor scade nejustificat şi se preconizează că va urma o perioadă neagră pentru banca respectivă, pentru că este în pragul falimentului. Brokerul a fost ţinta clară a unei informaţii dirijate, complet false.

Dezinformarea este specifică mai ales regimurilor politice totalitariste, în care există un monopol asupra circulaţiei informaţiei. **Instrumentul fundamental** al acesteia este **cenzura**, iar, în perioada comunistă, se cunoaşte cât de perfect a funcţionat.

Şi în perioada de tânără democraţie au existat cazuri de control din partea statului sau a autorităţilor, care, deşi nu au purtat denumirea emblematică de “cenzură”, au avut aceleaşi efecte nocive la nivelul societăţii. În 1990, Guvernul a avut o tentativă de reinstaurare a cenzurii comuniste, de data aceasta mai subtilă: Frontul Salvării Naţionale, condus de Ion Iliescu, a decretat ca săptămânalele să apară o dată la două săptămâni (*sic!*), iar cotidienele, cu excepţia ziarului *Azi,* care slujea interesele de partid, să-şi reducă tirajul la jumătate.[4] Publicaţiile au fost constrânse să respecte decretul şi din cauza lipsei hârtiei de ziar şi a puţinelor tipografii disponibile să satisfacă cererea prea mare. Monopolul mijloacelor tehnice a fost o tactică bine speculată de regimul Iliescu, format la şcoala comunistă, pentru a împiedica larga distribuire a ziarelor libere sau de opoziţie. De asemenea, s-au folosit şi alte metode de suprimare a presei: “Directorii de la *România Liberă* şi *22* au relatat că abonaţii lor au primit în loc (de ziarele lor)

[4] Peter Gross, *Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei româneşti post-comuniste,* Traducere de Irene Joanescu, Polirom, Iaşi, 1999, p. 44.

Adevărul, care sprijinea FSN. Pachetele de ziare ale opoziției au fost găsite pe câmp, de-a lungul căii ferate".[5] Iată cum abuzurile şi intimidarea au continuat şi în perioada următoare Revoluției, iar libertatea de exprimare, despre care se spunea că reprezintă unul dintre cele mai mari câştiguri ale noului regim, s-a dovedit a fi doar un slogan electoral. *România Liberă şi 22* reprezentau cele mai de temut ziare pentru FSN, pentru că erau libere şi încercau să lupte pentru dreptate şi democrație. Libertatea absolută, accesul la informația reală şi la principiile democratice constituiau pentru FSN o amenințare, care se cerea anihilată din faşă, pentru a nu conduce la o nouă revoltă populară, de această dată împotriva lui Ion Iliescu şi FSN, revendicatorii perfizi ai Revoluției.

Consiliul Național al Audiovizualului, în opinia lui Peter Gross, a făcut în anii 1992-1995 jocul puterii şi a fost vinovat de "lipsă de profesionalism, manipulare, favoritism şi alte acțiuni dăunătoare dezvoltării audiovizualului independent." În perioada respectivă, activitatea CNA nu a fost cunoscută opiniei publice, căci nu a fost nevoie să aplice nici o sancțiune vreunui post de televiziune sau de radio, din cauză că acestea, inclusiv Consiliul, erau controlate de guvern. Tot o formă de cenzură democratică vrea să aplice şi Adrian Năstase, lider PDSR şi preşedinte al Parlamentului, când, în mai 1996, anunță public că va cere CNA să reexamineze decizia de a permite posturilor de radio private să transmită ştirile *BBC*, care adoptau o poziție declarată împotriva PDSR. Serviciul Român de Informații a fost prins în flagrant în 1995, când doi agenți ai săi au fost surprinşi filmând doi jurnalişti români, Tana Ardeleanu de la *Ziua* şi George Scutaru de la *Mediafax*, când investigau presupusa colaborare a lui Iliescu cu KGB.[6]

Referitor la *TVR,* au existat nenumărate dispute că PSD, atunci la guvernare, ar fi intervenit în redacția de ştiri pentru a o subordona politic. În campania prezidențială din 2004, un grup de ziarişti de la *TVR* a acuzat conducerea instituției că este aservită Puterii şi că reporterii şi producătorii au fost cenzurați în repetate rânduri. Comisia de etică şi arbitraj din *TVR* a confirmat acuzațiile, dar conducerea *TVR* nu a administrat nici o sancțiune. Cu această ocazie, în 13 ianuarie 2005, Agenția de Monitorizare a Presei – *Academia Catavencu* "îi invită" pe preşedinții SRTV şi SRR sa-şi dea demisia "de onoare", susținând ințiativa CNA de modificare a legii 41/1994 de funcționare a SRTV şi solicită "aplicarea legilor pentru a fi amendate comportamentele incompatibile cu statutul de ziarist al *TVR* şi SRR". În acelaşi context, Agentia de Monitorizare a Presei face apel la alte organizatii nonguvernamentale să susțină aceste demersuri democratice.[7]

---

[5] *Ibidem,* p. 45.

[6] Exemplele au fost preluate din Peter Gross, *Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei româneşti post-comuniste,* Traducere de Irene Joanescu, Polirom, Iaşi, 1999, p. 112, 114 şi 121.

[7] Vezi www.mma.ro.

2.2 Intoxicarea mediatică

Studiu de caz: jurnaliştii români răpiți în 2005 în Irak

Altă formă de abatere de la informația obiectivă este **intoxicarea**. Ea constă în suprasaturarea surselor cu informație falsă, blocarea canalelor de comunicare cu mesaje neadevărate, diversioniste, fie pentru a pregăti opinia publică pentru o lovitură de proporții, fie pentru a discredita un mesaj corect aşteptat. Intoxicarea se foloseşte de **zvonuri, bârfe şi comunicate tendențioase** şi este utilizată mai ales în zonele conflictuale, pentru a nu se mai putea distige adevărul. Prin televiziune, intoxicarea poate produce adevărate războaie ale imaginii, din care iese învingător cel care a investit cel mai mult în propria sa imagine şi care a sabotat cel mai bine imaginea celuilalt. Un exemplul oferit în acest sens de către autorii cărții *Manipularea opiniei publice prin televiziune* îl reprezintă modurile în care au fost mediatizate de către combatanți conflictele etnice şi războaiele din fosta Iugoslavie. Televiziunea sârbă a produs un videoclip în care portretele lui Bill Clinton, Madeline Albright, Robin Cook, Tony Blair, Hitler erau mixate pe fondul zvasticii naziste, peste care scria "Criminali de război".

Un caz autohton de intoxicare a presei din istoria recentă a României este fenomenul Piața Universității, când, timp de aproape două luni, guvernul Roman şi preşedintele de atunci, Ion Iliescu, au invadat programele *Televiziunii Române* cu informații false, pentru a distrage atenția românilor de la adevăratele evenimente de luptă împotriva neocomunismului care aveau loc. Această dezinformare a constituit suportul pentru reprimarea în forță a manifestanților din Piață, eveniment care a avut loc în perioada 13-15 iunie 1990 şi care poartă denumirea de "mineriada din '90".

Zvonul este o tehnică îndelung speculată astăzi în mass-media românească. *Realitatea TV* avea chiar o rubrică în cadrul ştirilor, numită *Bursa zvonurilor,* unde putea fi prezentată orice informație neverificată. Televiziunea a apelat la aceast subterfugiu în momentul ulterior alegerilor prezidențiale şi parlamentare din 2004, când în România nu exista o majoritate parlamentară, iar jocurile şi alianțele politice erau în floare, informațiile şi intoxicările presei erau numeroase şi nu se putea prevedea care va fi rezultatul final.

De asemenea, răpirea jurnaliştilor români în Irak a fost alt moment în care au fost făcute zeci de speculații, multe bazate pe zvonuri. S-a afirmat chiar că televiziunea *Prima TV* a organizat răpirea, pentru a câştiga audiență şi publicitate gratuită. Apoi, informația difuzată de *OTV*, pe 4 aprilie, la ora 2, conform căreia jurnaliştii sunt liberi şi se întorc în România, a intoxicat într-un timp record toată presa, astfel încât toți jurnaliştii au fugit noaptea la aeroportul *Henri Coandă* pentru a-i întâmpina. A doua zi, *Adevărul* şi *Evenimentul Zilei* publică informațiile preluate de la *OTV,* că cei trei ziarişti români au fost eliberați

de trupele coaliției.[8] Zvonul apare aproape întotdeauna pe fondul unei lipse acute de date, iar nevoia presei de a-şi informa publicul în criza ostaticilor români a fost foarte mare. Neverificarea unor informații şi transmiterea lor pe post pot creea adevărate isterii, uneori chiar panică sau izbucnirea unor conflicte. De aceea, jurnalistul trebuie să verifice o informație din trei surse înainte să o publice; dar, de multe ori, mania de a avea exclusivitate şi, uneori, constrângerile temporale sau, de ce nu, intențiile negative, duc la situații-limită, când presa este obiectul unei manipulări, iar publicul suportă consecințele.

Alex Nedea, jurnalist la *Jurnalul Național*, narează cum a avut loc manipularea mediatică: "Sâmbătă noaptea, o informație apărută de nu se ştie unde a căzut ca o bombă în redacțiile principalelor ziare şi televiziuni. Unii s-au grăbit să mediatizeze ştirea-bombă."[9] Marian Petcu, profesor în cadrul Facultații de Jurnalism şi Ştiințele Comunicării, afirma la acea dată că zvonurile au fost lansate din interiorul presei, şi nu din afară, motivul invocat fiind acela că dorința oricărui jurnalist este de a fi primul în lansarea unei informații. Totuşi, această dorință nu dă dreptul nimănui de a induce în eroare toată populația României! În opinia mea, acest caz de **intoxicare mediatică** ar putea avea trei cauze:

1. Informația a fost furnizată de cineva care a văzut rezervările celor trei jurnalişti pentru zborul către România, dar nu şi-a dat seama că erau făcute dinainte de plecare; deci a intervenit aici o eroare, iar intoxicarea nu a fost făcută cu rea intenție, dimpotrivă, s-a pornit din dorința de a informa presa.
2. Cel care a trimis informația a fost conştient că este falsă, dar a planificat o răzbunare către o anumită instituție media sau mai multe. Conform acestei ipoteze, instigatorul provenea din interiorul breslei jurnalistice şi a ştiut exact că jurnaliştii vor fi foarte receptivi la o asemenea veste şi o vor da publicității din lipsă de informații noi. Scopul său a fost scăderea credibilității celorlalte posturi media, pentru ca audiența să se transfere spre al său, care nu a dezinformat opinia publică.
3. Informația a fost trimisă anonim din partea autorităților, care cunoşteau cazul în amănunt, pentru că lucrau la rezolvarea lui, deci ştiau foarte bine de rezervările biletelor, iar zvonul a fost plasat strategic, din mai multe motive:

a. autoritățile erau acuzate de către presă că nu furnizează nici o informație în legătură cu rezolvarea cazului.
b. doreau să stârnească agitație în presă, pentru a-i distrage acesteia atenția de la activitățile reale de salvare a jurnaliştilor, pentru că acestea erau strict secrete.
c. pentru ca autoritățile să poată acuza presa de lipsă de profesionalism şi să o determine să dea crezare doar informațiilor oficiale, pentru a nu

[8] ¤¤¤, "Răpirea, realitate şi intoxicări",*România liberă,* nr. 4634, 8 iunie 2005, p. 2.
[9] Alex Nedea, "Zvonurile care apar în presă măresc suspansul", *Jurnalul Național,* 5 aprilie 2005, p. 5.

pune în pericol viaţa jurnaliştilor cu difuzarea de informaţii neverificate sau pentru a-şi creea propria imagine pozitivă.

Când un zvon este dat publicităţii, de fiecare dată apar şi interpretări ale analiştilor politici despre cauzele sale, însă aproape niciodată nu se află adevărul, ci se fac doar speculaţii pe marginea subiectului. Poate că nici în acest caz al răpirii jurnaliştilor adevărul despre intoxicarea presei nu va fi aflat.

Jean-Noel Kapfferer în cartea sa *Zvonurile – cel mai vechi mijloc de informare din lume* atribuie mai multe roluri celor implicaţi în conceperea, distribuirea, propagarea, receptarea şi asigurarea vieţii unui zvon[10]. Să vedem care ar fi distribuţia şi ce rol oferă "regizorul" fiecăruia. *Instigatorul* este cel responsabil de răspândirea zvonului; *interpretul* analizează care ar fi consecinţele răspândirii zvonului, în cazul în care i se oferă credibilitate. *Liderul de opinie* este direct vizat, pentru că el influenţează grupul din care face parte în luarea deciziilor pe baza zvonului; *apostolii* îi conving pe cei din jur că informaţia furnizată este demnă de încredere şi merită luată în considerare. *Recuperatorul* are un rol important, căci el asigură supravieţuirea zvonului. *Oportunistul* este cel care judecă situaţia la rece şi trage foloasele de pe urma naivităţii celorlalţi. *Cel care cochetează* cu zvonul este nehotărât, nu crede zvonul, dar totuşi se bucură. *Receptorul pasiv* nu poate fi convins de veridicitatea zvonului, el se situează în afara categoriei: nici nu crede zvonul, nici nu se lasă afectat de el, complăcându-se într-o atitudine pasivă, de spectator. *Rezistentul* este cel care nu dă crezare informaţiei şi o combate prin toate mijloacele sale, încercând să-i influenţeze şi pe cei din jur.

În cazul răpirii jurnaliştilor din Irak şi a zvonului dezbătut anterior, rolul *liderului de opinie* a fost preluat de *OTV*, iar datorită faptului că acest lider nu a fost un simplu om, ci o televiziune cu audienţă naţională, iar vestea a venit pe fondul unei crize acute şi a fost îndelung aşteptată, nu a mai fost nevoie de *apostoli şi recuperatori*, întrucât rolul acestora a fost subsumat de televiziune. Astfel, zvonul şi-a asigurat imediat credibilitatea, iar inducerea în eroare a fost cu atât mai de proporţii. Pentru că lucrurile s-au desfăşurat foarte rapid, nu au existat *rezistenţi*, care să combată zvonul public, la alt post de televizune, pentru a avea acelaşi impact. Nu au existat nici *receptori pasivi*, căci atât publicul, cât şi jurnaliştii au crezut informaţia venită de la un post de televiziune, la ştiri, iar *Antena 1* a preluat-o şi ea, dezminţind-o după o jumătate de oră, când purtătorul de cuvânt al Preşedinţiei, Adriana Săftoiu, a comunicat oficial starea reală de fapt. Regia a fost impecabilă, presa a cazut în capcană, iar *instigatorul* şi-a atins scopul.

În acelaşi caz al răpirii, alt zvon care a fost digerat de opinia publică şi s-a dovedit apoi fals a constat în mărturia reporterului *Antena 1*, Mile Cărpenişan, că jurnaliştii sunt liberi, în custodia coaliţiei, şi tot evenimentul mediatic este doar

[10] Jean Noel Kapferer, *Zvonurile – cel mai vechi mijloc de informare din lume,* Humanitas, Bucureşti, 1993, p. 73.

un scenariu bine pus la punct, deoarece unul dintre jurnalişti este complice la răpire. El şi-a argumentat poziția prin invocarea unor surse (anonime) "bine informate" de la Bagdad. Deşi tendința de a oferi credibilitate zvonului a fost mare şi s-a confirmat prin preluarea acestei informații în numeroase articole de presă (mai ales în *Jurnalul Național* şi *Evenimentul Zilei)*, au existat şi sceptici, iar pe ansamblul mass-mediei, situația a fost temperată. Aşadar, în cazul ostaticilor români, am fost martorii unei intoxicări a presei, pe care o recunoştea la momentul respectiv însuşi preşedintele României, Traian Băsescu, care considera că cele două posturi de televiziune, *Antena 1* şi *OTV*, „sunt datoare să dea explicații opiniei publice".

Ca răspuns, Vlad Petreanu, redactorul-şef al *Observatorului,* a precizat că, în transmisiunile sale, Mile Cărpenişan a afirmat că "este posibil ca ziariştii să fi fost eliberați pe 5 aprilie", iar informația a fost difuzată de *Antena 1* "cu nişte semne de întrebare fireşti."[11]

O altă sursă care, în opinia preşedintelui României, a intoxicat presa este Simona Marinescu, reprezentant al Guvernului României în Irak, care a declarat pentru *Europa FM,* a doua zi după răpirea jurnaliştilor (pe 29 martie 2005), că jurnalistul *României libere,* Ovidiu Ohanesian, se afla în libertate în camera sa de hotel.

Un alt **instrument al intoxicării**, **bârfa**, este folosită şi în mass-media cu succes mai ales de către tabloidele gen *Star, Ciao, Story* , care o tratează la rangul de ştire, deci material jurnalistic cu valoare maximă de informare. De asemenea, şi alte publicații propagă acest gen de informații, cu precădere referitoare la viata mondenă şi VIP-uri, dar de obicei acestea se regăsesc în rubrici speciale, denumite astfel. Este de notat că acest tip de articole, coroborate cu fotografiile paparazzilor, se vând foarte bine şi s-a creat o adevărată industrie la nivel mondial, din care se fac chiar averi fabuloase, în ciuda proceselor de calomnie avute cu cei cărora li s-a lezat imaginea.

2.3 Tehnici de manipulare

Cea de-a patra abatere de la informația obiectivă, **manipularea,** este varianta malefică a persuasiunii, fiind caracterizată de intenționalitate negativă. Ea, conform Corinei Crişan şi Lucian Danciu[12], se poate realiza prin imagine, prin montaj, prin comentariul din off, prin bruiaj, prin paginație şi prin constrângeri de mai multe tipuri**,** pe care le vom detalia în continuare. Vom prelua în studiul nostru clasificarea făcută de către cei doi autori, întrucât apreciem că este complexă şi bine structurată, iar noi o vom explica luând în discuție cazuri din presa postdecembristă.

---

[11] ¤¤¤, "Antena 1 sare la preşedinte", *Curentul,* nr. 133 (3204), 8 iunie, p. 2.

[12] Corina Crişan, Lucian Danciu, *Manipularea opiniei publice prin televiziune,* Dacia, Cluj-Napoca, 2000.

Manipularea prin imagine se poate face printr-o înregistrare tendențioasă, care pregăteşte cadrul perfect pentru un comentariu fals, astfel încât tot materialul constituie o dezinformare bine calculată. Imaginea creează efectul "de real" dorit, iar publicul nu întrezăreşte nimic suspect. Autorii cărții *Manipularea opiniei publice prin televiziune* ne oferă un exemplu concret: în cazul unei fetițe maltratate de către un delincvent şi apoi ucise, se filmează, pe un fundal sonor de țipete disperate, o păpuşă plină de sânge aruncată în drum; aceasta va avea un efect cutremurător prin puterea ei de sugestie, în pofida faptului că nu se arată scene de la locul crimei sau nu se face o reconstituire a acesteia. Aşadar, în acest caz se apelează la valențele psiho-afective ale publicului, care va fi, fără îndoială, "prins" de imagine.

Unghiul de filmare este un element foarte important prin care se pot crea anumite efecte. Dacă dorim să minimalizăm statura şi importanța unui om sau chiar să îl facem să pară ridicol, îl vom filma de sus în jos; invers, dacă avem intenția ca un om să pară înalt şi impunător, îl filmăm de jos în sus. Această tactică se poate folosi cu succes în campaniile electorale, unde imaginea candidatului este esențială în dezbaterile publice televizate, întrucât audiența se lasă impresionată de astfel de detalii, iar cota politicianului poate să crească sau să scadă. De asemenea, **lumina sau efectele speciale** pot da naştere unor cadre manipulatorii, iar acest lucru se observă mai ales în emisiunile de satiră şi divertisment, în care imaginile sunt prelucrate pentru a crea impresia de grotesc. Această impresie se realizează foarte uşor prin omiterea anumitor elemente la montaj, unde se "fabrică" materialul; de exemplu, într-un discurs se elimină frazele esențiale din care s-ar fi înțeles mesajul, se păstrează doar bâlbele sau gafele. Tehnica este des folosită de Huidu şi Găinuşă, la *Cronica Cârcotaşilor,* situație în care se justifică, pentru că emisiunea este un pamflet, dar dacă aceasta se face în cadru ştirilor sau a altor programe informative, scopul este în mod elocvent acela de a manipula.

Un alt stil de manipulare este prin **comentariul din off**, pe fondul unor imagini reale. Redactarea unui text de televiziune trebuie făcută ca mod complementar de a înțelege imaginea, iar acesta are un rol cel puțin la fel de semnificativ ca şi imaginea-suport. Comentariul din off poate fi părtinitor, poate defăima, acuza, compromite persoane sau instituții, poate diminua cauze şi efecte sau poate atribui imagini filmate într-un loc altuia. În cazul în care dorim să avem credibilitate şi nu putem atribui o informație unei persoane cunoscute, vom folosi expresia "după părerea specialiştilor" sau variantele acesteia: "cercetătorii americani au descoperit…", "conform unui studiu/sondaj" (fără atribuirea sursei), sintagme care nu spun nimic, dar care prind întotdeuna la public.

Bruiajul unei emisiuni radio sau TV este un element voalat de cenzură democratică. Dacă nu se poate opri difuzarea unei emisiuni compromițătoare, ea se "taie" pur şi simplu din program cu ajutorul unor artificii

tehnice, instalarea unor mecanisme care împiedică recepționarea pe lungimea de undă respectivă la parametrii normali. În România se întâmplă des câte o astfel de “pană” de transmisie, însă nu putem avea certitudinea în nici o situație dacă este intenționată sau e doar efectul unor aparaturi tehnice depăşite, care mai obosesc din când în când şi au nevoie de o pauză.

Retuşul informației este un alt tip de a induce în eroare publicul, cu scopul de a face anumite evenimente “digerabile”: spre exemplu, evenimentele din Piața Universității, când participanții au fost catalogați “huligani”, “golani” şi elemente alienate ale societății, au reprezentat un caz clar de manipulare (dar şi de intoxicare) din partea regimului Iliescu, având ca suport mediatic *Televiziunea Română* aşa zis *Liberă*.

Manipularea se poate realiza şi prin **paginația ştirilor**, în momentul în care o ştire deosebit de importantă este prezentată la sfârşit şi invers. Acest procedeu prin care trec toate ştirile unui buletin informativ este făcut de editor, care decide în ce ordine vor intra pe post. Pe lângă faptul că alegerea sa este subiectivă, acesta va urmări să satisfacă gustul publicului pentru spectacol, pentru insolit şi chiar morbid, pentru a avea audiență, aşadar nu vor prima întotdeaua ştirile cu adevărat importante. Există persoane care urmăresc doar primele ştiri, considerând că următoarele sunt oricum “de umplutură” şi nu mai prezintă acelaşi interes. Iată ce uşor poate fi făcută manipularea!

În continuare, vom oferi ca exemplu o serie de ştiri care se pot găsi într-o zi într-un jurnal şi vom discuta pe marginea selectării lor ca potrivite să deschidă un jurnal sau nu. Aşadar avem următoarele subiecte de ştiri: cel mai bogat om din Cluj, botezul unui copil care aparține unui cuplu congalez, frig într-o şcoală, greva studenților clujeni, scandal la Primărie, criză de medicamente, deschiderea supermarketului *Praktiker.* Pe care o vom pune prima şi pe ce considerente? Vom ține cont de valoarea informațională a unei ştiri, de proximitatea acesteia şi de felul în care afectează o mulțime cât mai mare de oameni, aspecte pe care le discutam la începutul studiului. În mod sigur nu vom începe jurnalul cu informația inaugurării supermarketului *Praktiker*, ştire care are mai mult aspect publicitar decât valoare de informare; aceste pseudo-ştiri inserate în cadrul jurnalelor pot suspecta postul că a primit o sumă considerabilă de bani pentru difuzarea ştirii publicitare. Însă realitatea dovedeşte că aceste pracici sunt destul de frecvente, cu toate că ele contravin eticii jurnalistice. Iar în momentul în care bugetul postului de televiziune (respectiv radio sau ziar) este mic, o asemenea abatere *nesemnificativă* de la rigorile activității de jurnalist este considerată neglijabilă, mai ales că ea are loc la un post local, nemonitorizat la nivelul structurilor de supravegere naționale (CNA, în speță).

Vom urmări care sunt ştirile care afectează direct oamenii; acestea sunt: frigul din şcoală, greva studenților, criza medicamentelor. De asemenea, şi scandalul din Primărie este un subiect de top, întrucât funcționarii lucrează pe banii contribuabilului şi orice suspendare a activității conduce la pierderi în

buget. Ştirea despre cel mai bogat om din Cluj şi cea despre botezul congalezului sunt în mod clar de fapt divers sau *soft*, cum se mai numesc ele în limbajul jurnalistic. Aşadar vom pagina astfel:

1. Criza medicamentelor, prezentată pe larg, cu un *vox-populi*, pentru a ilustra ce efecte are lipsa tratamentului medical asupra bolnavilor.
2. Frigul din sălile de clasă şi neputința părinților şi profesorilor de a remedia situația în lipsa sprijinului autorităților.
3. Scandalul iscat în Primăria Cluj-Napoca.
4. Greva studenților, cauzele ei şi revendicările protestatarilor, eventualul feed-back de la autorități.
5. Cel mai bogat clujean.
6. Inaugurare *Praktiker* (poziția acestei ştiri depinde numai de conducerea postului şi de finanțările/sponsorizările primite).
7. Botezul copilului congalez – reportaj.

Dacă am fi dorit să manipulăm opinia publică, am fi trecut ştirea despre supermarket pe locul întâi, cea despre congalez pe locul al doilea, lăsând la sfârşit criza medicamentelor şi gerul din sălile de clasă.

Pe data de 14 iunie 2005, *Prima TV*, în cadrul emisiununii informative *Focus Plus*, a difuzat ştirea despre achitarea lui Michael Jackson în procesele privind molestarea unui minor înaintea celei despre eliberarea din închisoare a liderului minerilor din Valea Jiului, Miron Cozma. Postul de televiziune a făcut notă discordantă, întrucât toate televiziunile concurente au difuzat vestea eliberării “Luceafărului huilei” ca ştire de debut a jurnalului, completând-o cu rememorări ample ale evenimentelor din Piața Universității şi cu dezbaterea ştirii împreună cu analişti politici invitați în studio. În plus, vestea eliberării lui Cozma din închisoare a venit chiar în ziua de 14 iunie, când, cu 15 ani în urmă, minerii conduşi de el comiteau fratricidul în Capitală. Şi fondul pe care a venit această ştire este demn de luat în considerare: în Piața Universității erau adunate victimele evenimentelor violente din 1990, care cereau Preşedinției urgentarea proceselor, pentru pedepsirea vinovaților. Se observă de la sine ce impact avea asupra publicului român ştirea eliberării lui Cozma, care a fost difuzată la sfârşitul jurnalului, pe post de fapt divers sau curiozitate. Astfel postul *Prima TV* a încălcat principiul proximității şi cel al impactului pe care o informație o poate avea asupra populației, reguli care trebuie respectate în selectarea ştirilor. Astfel de exemple ar putea continua, desigur. Dacă am urmări zilnic în paralel jurnalele de ştiri de la principalele posturi de televiziune, am putea observa discrepanțe majore în ceea ce priveşte ordinea ştirilor în jurnal şi chiar selecția acestora în vederea intrării sau nu pe post.. De exemplu, de fiecare dată când Partidul Conservator, fost PUR, susține o conferință de presă, canalul de ştiri *Antena 3* o va difuza în întregime, dar nu înseamnă că şi *Realitatea TV* sau celelalte posturi specializate în ştiri vor proceda la fel. De asemenea, *Antena 1* va introduce

ştirea despre PC şi Dan Voiculescu în *Observatorul* din prime-time, pe când alte televiziuni nu o vor face decât în cazul justificat în care ştirea are o valoare informativă mare (de exemplu, să presupunem că Dan Voiculescu ar anunța că îşi dă demisia din PC şi se înscrie în alt partid). Motivele pentru care *Antena 1* şi *Antena 3* difuzează astfel de ştiri sunt destul de evidente, întrucât familia Voiculescu este proprietara televiziunilor menționate.

Manipularea mai poate fi făcută prin **impunerea subiectului discuției** şi a condițiilor de comunicare, prin **constrângerea temporală**. De multe ori vedem la televizor că moderatorul îşi întrerupe invitații pentru a insera un calup de publicitate, pentru a lua un telefon în direct de la un telespectator, în cazul unei emisiuni interactive, sau pentru că pur şi simplu este presat de timp. Îi conferim acestuia credibilitate sau îl bănuim că a profitat de momentul publicitar pentru a nu-şi lăsa invitatul să facă o mărturisire nedorită? Ori a tras de timp intenționat pe parcursul emisiunii, pentru a nu mai exista loc de discuții aprinse? Adevărul se găseşte, ca întotdeauna, la mijloc şi depinde, desigur, de situație. Cu siguranță că şi moderatorul este constrâns de timpul difuzării emisiunii, însă este la fel de real că el are posibilitatea de a-şi manipula publicul, invocând astfel de pretexte. Dacă timpul alocat unei emisiuni este insuficient problemei dezbătute, realizatorul – care de multe ori este şi moderator – poate relua tema într-o emisiune viitoare. Cu toate acestea, la următoare apariție televizată, el poate să canalizeze discuția pe un alt făgaş şi să aibă alți invitați, deci nu este o regulă a echidistanței jurnalistice. Un telespectator cât de cât avizat poate observa uşor dacă moderatorul nu doreşte să ajungă în miezul discuției, aşadar poate alege dacă îi va urmări emisiunile următoare sau va decide să privească alt *talk-show*, eventual la o altă televiziune.

O formă interesantă de manipulare, de care de multe ori nu ne dăm seama, este cea care se realizează **prin charismă**. Aceasta se defineşte prin farmecul, atracția pe care o degajă anumite persoane prezente pe micul ecran şi atitudinea pe care ele o adoptă. Spre exemplu, audiența se obişnuieşte cu stilul unui anumit moderator şi nu-l mai suspectează pe acesta de încălcarea rigorilor jurnalistice în momentul în care el îşi sugerează invitaților propria opinie asupra unei probleme dezbătute, făcându-i pe aceştia să o preia. Presiunea pe care moderatorul o exercită asupra invitatului sau, din contră, lipsa acesteia şi menținerea unui climat de bună dispoziție sunt esențiale în desfăşurarea emisiunii şi îi influențează finalitatea. Câteva exemple concrete ne vor fi de ajutor în argumentația noastră:

- Robert Turcescu, moderatorul emisiunii *100%*, transmisă de *Realitatea TV*, poartă în spate o adevărată aură de justițiar al presei româneşti, de tânăr neobosit pe care doar munca în breasla jurnalistică îl motivează. Datorită faptului că mai colaborează şi cu alte instituții media, acesta posedă o notorietate, benefică lui, care îi dă o anumită legitimitate în acțiunile pe care le întreprinde în platou. El nu se

subsumează genului de moderator “gazdă primitoare”, dimpotrivă, adoptă tipul atacantului. Emisiunea nu poartă titlul clasic de *talk-show*, ci, încă de la început, privitorului i se promite o *confruntare 100%.* Prin definiție, rezultatul unei confruntări este dat de un învingător şi un învins. Emisiune de emisiune, învingătorul nu poate fi altul decât cel care provoacă la confruntare, cel care se simte stăpân pe sine: Robert Turcescu. Cadrul emisiunii simbolizeză arena în care are loc lupta, iar atitudinea moderatorului este cea a unei pantere gata de atac, ce urmează a se năpusti pe potențiala victimă. Acesta adoptă chiar o poziţe ofensivă, cu capul îndreptat înainte, îndoit de spate şi cu mâinile în față, în pozița apucării prăzii. Ritmul alert al discuției, apropierea exagerată a celor doi pentru o emisiune de televiziune şi mijloacele de exprimare non-verbală ale prezentatorului – poziția corpului sugerând agresivitate, expresia necruțătoare a feței, contactul permanent ochi în ochi – îl determină pe invitat să se pună în postura neplăcută de agresat. Dovezile inconfortului sunt exprimate de mimică, de felul în care invitatul încearcă o distanțare fizică de moderator, stând lipit de spătarul scaunului, de încrucişarea brațelor, care sugerează un semal de apărare sau, mai grav, de bâlbele în direct. Robert Turcescu este genul de moderator care intimidează prin charismă.

- Radu Moraru, prezentatorul emisiunii *Naşul* difuzată de *B1 TV*, se situează la polul opus. Deşi genul emisiunii este acelaşi, *talk-show*, ea seamănă mai degrabă cu o şuetă în care se abordează subiecte de la cel mai recent album scos de celebrul manelist Adi Minune (sau, în varianta mai *tranşantă*, Nicolae Guță), până la subiecte fierbinți, cum ar fi cauza răpirii jurnaliştilor în Irak sau rezultatul alegerilor prezidențiale. Unicul scop al moderatorului: audiența. Motto-ul neexprimat al acestuia este de tip persuasiv: “Haide, recunoaşte că e aşa cum spun eu!” *Naşul* este cel mai bun exemplu de *talk-show* mimat: “eu mimez că te întreb, tu mimezi că răspunzi.” Prin însuşi titlul emisiunii, se induce ideea că moderatorul este atotştiutor, are cheia problemei, este superior invitaților, care trebuie să intre în joc, să-şi facă numărul pentru a-l satisface pe “naş”. Construită pe principiul tradițional “Orice naş îşi are naşul”, emisiunea sugerează că şi cel mai experimentat invitat în arta disimulării poate fi deconspirat de moderator. În realitate însă, Radu Moraru este vădit depăşit de situație şi încearcă o tactică mai comodă: de a nu pune niciodată punctul pe “i”, de a rămâne în expectativă pentru a nu-şi demonstra propria lipsă de documentare şi de analiză a problemei. El doreşte să fie cel care intimidează prin charismă, dar nu reuşeşte, iar discuția se învârteşte uneori în cerc sau se axează pe aspecte lipsite de importanță.

Personalitatea moderatorului este un element-cheie într-un talk-show, iar ea trebuie să se suprapună tipului de emisiune realizat. Prezentatorul unui talk-show este însăşi imaginea acestuia şi de el depinde cursul dezbaterilor. De asemenea, este foarte importantă selectarea temei de discuție şi a invitatului din platou. Cel mai edificator exemplu de talk-show de proastă calitate la ora actuală este *Miezul problemei* difuzat de *Național TV*. Mădălin Ionescu se pare că se află într-o lungă perioadă lipsită de inspirație, întrucât invitații sunt tot aceiaşi, iar temele de discuție pe măsura acestora (cum ne hrănim sănătos, cum să slăbim, secretele maestrului în alimentația bazată pe grupele de sânge ş.a.m.d.). Acest talk-show începe să semene tot mai mult prin stilul de a fi al moderatorului şi prin subiectele abordate cu emisiunea Adrianei Bahmuțeanu-Prigoană de la *OTV,* unde prezentatoarea şi totodată realizatoarea vorbeşte despre viața ei personală, cere sfaturi de slăbit, iar programul de televiziune capătă un iz casnic mucegăit de „hai să stăm la taclale".

După cum am văzut, inducerea în eroare îmbracă diverse forme, iar ea se poate ascunde în cele mai mărunte elemente, pe care publicul de cele mai multe ori nici nu le acordă atenție. Totuşi, explozia mediatică din societatea actuală va duce în timp la conştientizarea românilor că pasivitatea receptării nu duce la nimic constructiv, iar în rândul publicului va avea loc un proces de autoeducare, de filtrare a informației difuzate, ci nu de îngurgitare a ei în mod mecanic, cum încă, din păcate, se întâmplă în România.

BIBLIOGRAFIE

1. Coman, Mihai, *Mass-media în România postcomunistă,* Polirom, Iaşi, 2003.
2. Crişan, Corina, Danciu, Lucian, *Manipularea opiniei publice prin televiziune,* Dacia, Cluj-Napoca , 2000.
3. Gross, Peter, *Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei româneşti post-comuniste*, Traducere de Irene Joanescu, Polirom, Iaşi, 1999.
4. Kapferer, Jean Noel, *Zvonurile – cel mai vechi mijloc de informare din lume,* Humanitas, Bucureşti, 1993.
5. Larson, Charles U., *Persuasiunea: receptare şi responsabilitate,* Polirom, Iaşi, 2003.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

PROMOVAREA MITULUI *EREI NOI* ÎN PERIOADA 1989-2000 PRIN „ROMÂNIA LITERARĂ”

CLAUDIA TALAŞMAN CHIOREAN

ABSTRACT. Le discours est aujourd’hui un sujet d’étude pour la psychologie, l’antropologie, la sociologie, la linguistique, l’histoire, le logique et pour la mathématique. Par la tradition, les éléments du discours ont contenu l’objet d’étude pour le domaine de la linguistique. Dans la situation socioculturelle actuelle, la théorie du discours se complète par les études sociologiques. Ce domaine offre les plus grande quantite d’informations sur le cadre théorétique et pour les effets de la communication de masse. Le développement de mythe dans le discours de la publication „La Roumanie littéraire” (1989-2000) indique le rôle de la littérature, de l’art, le rôle du discours littéraire et journalistique dans la promotion des telle mythe pour une société marqué de Révolution décembriste, pour une société de début capitaliste.

Mentalitatea unei comunităţi reiese din interacţiunile tuturor factorilor şi actorilor implicaţi istoric şi cotidian. Un mit, o utopie, un simbol, anumite valori înseamnă elemente reprezentative pentru o comunitate. Formate în timp, prin concursul tuturor membrilor, mentalităţile nu se schimbă cu viteza vieţii politice din cauza inerţiei, a rezistenţei şi a unui imobilism social firesc.

Sociologia mentalităţilor studiază în primul rând forţele permanente care acţionează asupra unei categorii sociale aflate în interacţiune cu sine şi cu ceilalţi într-un context anume. Pentru a înţelege transformările unei societăţi, s-a analizat rolul politicii, al poziţiei geografice sau al factorilor economici şi sociali. Din altă perspectivă s-a urmărit „universul mental”, conştiinţa colectivă, practicile culturale, atitudinile, valorile, imaginarul. S-a constat astfel că socio-cultura singularizează o colectivitate. Faptul de a percepe, a reprezenta, a imagina lumea diferit poate duce la variaţii în privinţa modului de a construi criterii, de a institui relaţii interindividuale, de a lua decizii şi de a conduce (politic).

În criteriile de analiză a mentalului colectiv nu este totuşi evidenţiat rolul pe care îl ocupă presa. Majoritatea populaţiei nu poate lua contact direct cu ceea ce se întâmplă în propria societate. Reprezentarea în mass-media prin ritualuri, simboluri şi stereotipii, devine pentru public realitatea la care are acces şi în virtutea căreia raţionează şi acţionează. Realitatea obiectivă inaccesibilă este substituită de realitatea mediatică oferită direct şi necondiţionat.

Funcţia de intermediere a informaţiilor, deţinută de mass-media, îi conferă acesteia putere şi importanţă indiferent de spaţiu şi de timp. Rolul informativ/formativ, în competiţie cu sistemele consacrate de educaţie şi instrucţie, demonstrează că fără mass-media comunicarea macrosocială nu ar exista, iar comunicare la nivel micro social ar fi puternic afectată. Prin

urmare, opinia publică este influențată de mass-media la nivel structural, procedural şi de conținut.

Miturile politice deja consacrate au fost adaptate la specificul național, de către actorii politici ai momentului, în funcție de tendința generală a societății româneşti aflate într-un proces evolutiv fluctuant sau prin raportare la interesele de moment ale grupurilor de influență.

Ca în orice stat democrat sau totalitar, puterea politică a influențat întreaga evoluție a societății româneşti. Fie că este vorba de ultimii zece ani din era comunistă, fie că este vorba de primii ani de postcomunism, puterea a deținut controlul întregului mecanism social. Acest echilibru, oscilant uneori, nu putea fi obținut şi menținut decât prin două modalități: prin forță pentru a supune opinia publică – tehnică specifică perioadei comuniste - sau pe cale amiabilă, prin persuasiune pentru a obține susținerea din partea publicului vizat – modalitate adoptată de actorii etapei postcomuniste.

Fidelizarea românilor, aderența lor la anumite valori, concepții, idei, se putea realiza prin actualizarea vechilor concepții de viață, impuse cu forța timp de mulți ani comunişti. Astfel rolul miturilor a crescut simțitor în perceperea noilor realități socio-politice, culturale sau economice.

Miturile pe care presa din cele două etape istorice a mizat cu preponderență şi prin care şi-a transmis mesajele creând sau doar stimulând mentalități au fost: *mitul patriei primejduite, mitul erei noi, mitul omului nou, mitul eroismului românesc, mitul revoluției.*

Fiecare dintre mituri este purtătorul unor simboluri simple şi uşor de recunoscut, cu efect sigur în fața aceluiaşi public studiat în timp, deci cunoscut. Au fost uzate aceleaşi mituri în cele două perioade istorice pentru că în cele două structuri de putere care au condus țara au existat actori cu concepții de viață, intenții şi scopuri similare. Mirajul puterii i-a învățat şi pe cei neinstruiți la şcoala comunistă de partid că numai un popor supus poate fi condus. Şi pentru că Revoluția din decembrie nu mai îngăduia supunerea prin forță, s-au căutat alte tehnici, mai paşnice de supunere a populației. Mijloacele supunerii mentale au constituit o oportunitate din plin speculată de puterea politică prin intermediul presei fie ea aservită sau neaservită scopurilor politicii dominante.

Mitul patriei primejduite îşi are sorgintea în istoria zbuciumată a poporului român. De-a lungul veacurilor, de la tătarii migratori, până la mercenarii străini de care se temea puterea comunistă, România a fost permanent amenințată de forțe străine menite să o destabilizeze ori politic, ori economic, ori la nivelul securității naționale. Mitul a cultivat o anume formă de patriotism, a generat efuziuni naționale, a creat o stare propice apariției unor personaje politice autohtone, erijate în salvatori.

Prin salvatorii de neam şi de țară s-a născut şi structurat *mitul salvatorului* prin care românii îşi identificau idealul uman. Mitul omului nou reprezintă o variantă adaptată a mitului salvatorului. În comunism, omul nou

era omul transformat rațional, afectiv şi mai ales comportamental în scopul dezvoltării societății româneşti, asigurării progresului națiunii din care făcea parte, servirii unor interese colective, prin anularea individualității. Idealurile comuniste slujeau patria, poporul asigurând o stare de bine generalizat şi utopic.

Omul nou al celor zece ani de postcomunism este tot un salvator de neam şi de țară. Personajul cu care se luptă eroul contemporan este tocmai salvatorul de mai înainte, românul comunist. Se ştie că în istoria omenirii o nouă etapă, pentru a se impune, trebuie mai întâi să o nege pe cea veche, pe ale cărei temelii se fundamentează.

Din această lege a contradicției şi a negării vechiului se naşte noul, care nu trebuie neapărat să se diferențieze de precedentul prin structură şi fundamente, ci doar prin aparențe. Mitul *erei noi* îşi găseşte o vie exprimare atât în perioada anterioară anului 1989, cât şi în cei zece ani postrevoluționari.

Un mit cu care orgoliul național se hrăneşte, este *mitul eroismului românesc.* Cu cât patos se sărbătoreşte în fiecare an ziua eroilor neamului? Câte ode, opere chiar, nu sunt închinate în literatură eroismului românesc? De la eroismul casnic, la cel național, fiecare român a fost conştientizat de potențialul său eroic.

Mitul care completează aura patriotică a viziunii asupra realității româneşti este *mitul revoluției.* Am avut în istoria românilor revoluții sociale, revoluții industriale, revoluții culturale, revoluții politice, revoluții naționale. Spiritul revoluționar este încă o trăsătură de care românul este mândru.

În toate aceste cinci mituri imaginea de sine a românului este întărită cu aspecte pozitive. Conturat de aspectele specifice ale fiecărui mit, românul este o ființă specială, aproape miraculoasă. Repetate, aceste mituri ajung în mentalul colectiv sub forma unor certitudini verificate. Din ele se nasc curente de opinii, concepte de viață, comportamente sociale.

Portretul unei reviste: *România literară*

Într-un spațiu cultural, o revistă de profil constituie un punct de reper important. Forța de a sintetiza idei şi valori, de a crea curente de opinie, de a favoriza condițiile sau motivația unei ierarhii viabile îi conferă prestigiu şi durabilitate în timp, îi certifică valoarea.

Profilul *României literare* este cel al unei publicații general-culturale cu un spectru larg de preocupări: literatură, critică, istorie şi teorie literară, cultură politică, arte vizuale, arta spectacolului, sociologie, ştiințe filozofice, istorie. Deşi este publicația Uniunii Scriitorilor din România şi prin asta ar putea crea impresia unei anume limitări, sfera de interes în care îşi desfăşoară activitatea este mult mai largă. Materialul adunat în impresionanta arhivă de documente, manuscrise, imagini a fost valorificat pentru a descoperi cititorului, mai mult sau mai puțin avizat, o realitate culturală cu totul nouă, surprinzătoare, dar mai ales veridică.

Autoritatea intelectuală a *României literare* şi prestigiul de care se bucură sunt datorate atât personalității colaboratorilor cât şi capacitații de a se implica în toate evenimentele semnificative ale vieții culturale. Ea însăşi a generat evenimente organizând dezbateri cu ecouri multiple în rândul cititorilor, inițiind anchete, interviuri, angajându-se în polemici pe teme de larg interes, orientând atenția publicului spre adevăratele valori artistice.

Revista *România literară* a reprezentat de la apariție până astăzi, în pofida intermitenței cu care a apărut, o constantă spirituală a culturii româneşti. În cele 24-32 pagini, format A3/A2, câteva rubrici au reuşit să se impună de-a lungul timpului şi să contureze profilul distinct al publicației: *Editorialul, Breviar, Voci din public, O nouă „România literară”, Interviu, Portret, Cronica ideilor literare, Fragmente critice, Arhiva sentimentala, Postume, Orizont ştiințific, Ferestre, Revista revistelor, Catalog, Cartea străină, Atlas liric, Teatru, Arte plastice, Cinema, ecouri, Radio, Televiziune, Muzică, Proza, Poezie, Atelier literar, Carnet extern, Sport, Flori de stil (rebus), Cărțile săptămânii, Ochiul magic, Documente, mărturii, Istorie literară, Convorbiri literare, Cronica limbii, Cronica traducerilor, Radar, Convorbiri de atelier, Ambianțe, Varietăți, Roza vânturilor, Critică, Noutăți în librării, Convorbiri de adio, Moda poetică a anului.*

Prestigiul „României literare” se datorează şi faptului că a descoperit şi a impus un mare număr de personalități ale culturii romane contemporane, a căror evoluție a sprijinit-o de la debut până la deplina consacrare.

Importanța națională a revistei rezultă şi din componența echipelor redacționale din care, de-a lungul a treizeci de ani de existență, au făcut parte printre alții: Geo Dumitrescu, primul redactor sef al noii serii, Nichita Stănescu, Nicolae Breban, George Ivascu, Nicolae Manolescu, Sorin Titel, Leonid Dimov, Virgil Mazilescu, Paul Goma, Ion Caraion, Gabriel Dimisianu, Valeriu Cristea, Lucian Raicu, Dana Dumitriu, Mircea Iorgulescu, Valentin Silvestru, S. Damian, Gheorghe Pitut, Dumitru Tepeneag, Mircea Grigorescu, Marcel Mihalas, Mircea Dinescu, Ion Horea, Roger Campeanu, Alex. Stefănescu, Constanța Buzea, Cristian Teodorescu, Ştefan Agopian, Adriana Bittel, Ioana Pârvulescu, Eugenia Vodă, ş.a.

Au avut rubrici permanente în revistă personalități de primă mărime ale culturii române, dintre care amintim: Şerban Cioculescu, Geo Bogza, D. I. Suchianu, Al. Ivasiuc, Al. Graur, Ştefan Augustin Doinaş, Nicolae Manolescu, Octavian Paler, Ana Blandiana, Romulus Rusan, Cezar Baltag, Eugen Simion, Ov. S. Crohmalinceanu, Ilie Constantin, Matei Călinescu, Laurențiu Ulici.

În prezent dețin rubrici în *România literară* alătri de alte nume o parte dintre scriitorii refugiați sau expulzați în perioada comunistă: Z. Ornea, Mircea Mihaies, Mihai Zamfir, Gheorghe Grigurcu, Ileana Malancioiu, Emil Brumaru, Dorin Tudoran, Monica Lovinescu, Virgil Ierunca, Constantin Țoiu, Eugen Negrici, Rodica Zafiu, Grete Tartler, Pavel Susara, s.a

Criticii literari care îşi exersează pana în paginile revistei sunt: N. Manolescu, Dumitru Micu, G. Dimisianu, Al. Piru, Magdalena Popescu, Edgar Papu, Nicolae Balotă. Printre cei întrebați în chestiuni de ordin scriitoricesc (intervievații): Ion Biberi, Ieronim Şerbu, Şt. Augustin Doinaş, Constanța Buzea, Aurel Baranga, Cezar Baltag, Paul Anghel, Al. Andrițoiu, Ion Băieşu, Radu Boureanu, Aurel Baranga, Paul Everac, Nicolae Velea, Horvath Imre.

Scriitorii ale căror opere au fost publicate în revistă: Gheorghe Tomozei, Tiberiu Utan, Mihai Moşandrei, M. Cramă, Miron Radu Paraschivescu, Camil Petrescu, Szasz Janos, Aurel Dragoş Munteanu, Dan Botta, Tudor Mazilu, Constanța Buzea, Saşa Pană.

Cronica de teatru este realizată de N. Carandino sau Mircea Ştefănescu. De secțiunea cinema se ocupă Eduard Constantinescu, de plastică, Anca Arghir, Cristina Anastasiu sau Paul Petrescu, de muzică Tea Preda, Sever Tipei, Ştefan Blănaru, iar de Radio,TV - Radu Nicolau. O rubrică specială (*Ambianțe*) poartă semnătura lui O. Barbosa, în timp ce secțiunea *Cuvinte încrucişate* se bucură de colaborarea lui Tudor Muşatescu.

Jurnalişti, critici, scriitori, oameni de cultură - la întâlnirea cu România literară

Nicolae Manolescu, director al revistei, profesor universitar la Facultatea de Litere a Universității Bucureşti, critic literar, autor a numeroase volume de critică, istorie literară şi eseuri, autor al unei Istorii a literaturii române, este titularul „cronicii literare” a revistei de 20 de ani. Semnează editorialul revistei în fiecare număr, conduce activitatea redacțională. I s-au atribuit în mai multe rânduri premii ale Uniunii Scriitorilor şi Premiul Academiei Române. Între anii 1971–1974 redactor şef adjunct şi din 1990 director al *României literare*.

Gabriel Dimisianu, ocupând funcția de director adjunct este un cunoscut critic literar, autorul unor cărți de critică şi istorie literară, de doua ori laureat al Premiului de critică al Uniunii Scriitorilor. Licențiat al Facultății de Filologie din Bucureşti. Conduce activitatea sectorului de critică şi istorie literară, participă la structurarea sumarelor fiecărui număr, la elaborarea liniei revistei. Comandă şi contractează materialele necesare publicării. Lucrează în redacție din 1968 ca redactor sef adjunct, iar din 1990 director adjunct.

Alex. Ştefănescu, redactorul şef desfăşoară o susținută activitate de critic literar, fiind autor a numeroase volume de critică şi istorie literară, publicist cu o activitate bogată în presa cotidiană şi săptămânală. Licențiat al Facultății de Filologie din Bucureşti, coordonează şi realizează paginile de critică ale revistei, susține săptămânal *Cronica literară,* la intervale de 3 - 4 numere prezintă monografic un autor contemporan în cadrul rubricii *La o noua lectură*. Este unul dintre realizatorii interviurilor *României literare*. Lucrează în redacție din 1990.

Constanța Buzea, şefa secție de poezie şi proză, este autoare a numeroase cărți de poezie, deținătoare a mai multor premii ale Uniunii

Scriitorilor. Asigură paginile de poezie şi proză ale revistei şi redactează rubrica de corespondenţă (*Post-restant*). Îngrijeşte *Calendarul României literare*. Lucrează în redacţie din 1990.

Adriana Bittel, şefa secţie *Externe* este poetă şi prozatoare, autoare a mai multor cărţi, deţinătoare a Premiului Uniunii Scriitorilor. Absolventă a Facultăţii de Filologie din Bucureşti, redactează paginile de literatură străină şi rubricile de informaţii externe (*Meridiane*), cronica traducerilor, cronica cărţii străine, coordonează colaborările corespondenţilor din străinătate (Suedia, Statele Unite, Franţa, Letonia, Olanda), redactează în colaborare rubrica *Revista revistelor*. Lucrează în redacţie din 1972.

Cristian Teodorescu, şef secţie publicistică este recunoscut ca prozator şi ziarist. Deţine Premiul Uniunii Scriitorilor pentru proză. Autor de romane şi volume de povestiri. Asigură paginile dedicate publicisticii şi, în colaborare, rubrica *Revista revistelor*. Realizează interviuri cu personalităţi literare şi artistice. Susţine săptămânal rubrica de comentarii *La microscop*. Lucrează în redacţie din 1987.

Marina Constantinescu este unul dintre colaboratorii permanenţi. Asigură paginile de arte vizuale şi arta spectacolului. Susţine săptămânal *Cronica dramatică* a revistei. Coordonează pagina *Actualitatea culturală* şi asigură materialele necesare informării prompte a cititorilor asupra mişcării literar-artistice. Lucrează în redacţie din 1992.

Ioana Pârvulescu, colaborator permanent în cadrul secţiei de critică literară este licenţiată a Facultăţii de Filologie din Bucureşti, asistentă universitară la Facultatea de litere, critic literar, prozatoare. A susţinut *Cronica literara* a revistei şi rubrica bilunară *Neconvenţionale*. În cadrul secţiei de critică desfăşoară activităţi redacţionale legate de procurarea şi îngrijirea materialelor necesare publicării. Lucrează în redacţie din 1992.

Eugenia Vodă, cunoscuta realizatoare de emisiuni culturale pentru televiziune s-a remarcat ca un apreciat cronicar cinematografic. Absolventă a secţiei de Filmologie-teatrologie a I.A.T.C. În calitate de colaborator permanent susţine cronica filmului şi redactează rubricile de comentarii cinematografice şi muzicale. Realizează, în calitate de corespondent special, reportaje de la Festivalurile Internaţionale de la Cannes şi Veneţia. Lucrează în redacţie din 1987.

Dintre numeroşii oameni de cultură care au semnat de-a lungul timpului în *România literară* s-au remarcat: Perpessicius, Victor Eftimiu, Iorgu Iordan, Al. Rosetti, Al. Philippide, Vladimir Streinu, Edgar Papu, Marin Preda, Zaharia Stancu, Eugen Jebeleanu, Gellu Naum, Adrian Marino, Mircea Zaciu, Radu Tudoran, Augustin Buzura, Stefan Banulescu, Al. Paleologu, Nina Cassian, Dan Desliu, A. E. Baconsky, Virgil Teodorescu, Liviu Ciulei, Corneliu Baba, Ion Irimescu, Vasile Kazar, Lucian Pintilie, George Constantin, Mircea Daneliuc, Andrei Plesu, Gabriel Liiceanu, H. R. Patapievici, Mircea Cărtărescu,

Gabriela Adamesteanu, Mircea Nedelciu, Bedros Horasangian, Dan Laurentiu, Eugen Uricaru, Nicolae Prelipceanu, Anatol Vieru.

Dupa decembrie 1989 revista a urmărit să aducă în pagini colaborări ale scriitorilor romani din exil, potrivit principiului că literatura română este una şi indivizibilă. Astfel, Eugen Ionescu a fost prezent în primul număr post - revoluționar, iar apoi, printre mulți alții: Ştefan Baciu, Vintila Horea, Dan Petrasincu, Andrei Codrescu, Ion Ioanid, Pavel Chihaia, Paul Miron, Sanda Stolojan, Rodica Iulian, Bujor Nedelcovici, D. Țepeneag, Paul Goma, Gabriela Melinescu, Vladimir Tismaneanu, Matei Calinescu, Ion Vianu.

Analiza de conținut

Sociologia conținuturilor şi a mentalităților – practicată mai ales de sociologi sau istorici – consideră literatura ca fiind un document, încercând să facă transparente, prin folosirea tehnicilor obiective, câteodată cantitative, informațiile pe care le conține asupra opiniilor, mentalităților. De statistica bibliografică s-a ocupat R. Estivals, de cercetările cantitative în spiritul istoriei mentalităților: Fr. Furet, Genevieve Bolleme, R. Mandrou, iar de analiza de conținut aplicată mesajelor literare: B. Berelson, J. Kolaja, R. N. Wilson, Karl Erich Rosengreen.

Cercetarea de acest tip denunță alienarea omului contemporan şi aduce în câmpul criticii şi al interpretărilor formele actuale ale comunicării – opiumul culturii de masă, manipulată în scopul consumului.

Analiza de conținut este o metodă acceptată de investigare a textelor, mai cu seamă în câmpul cercetărilor dedicate comunicării de masă. Cercetătorii stabilesc un set de categorii, iar apoi numără unitățile care intră în fiecare din categoriile presupuse. Cerința crucială este aceea ca aceste categorii să fie suficient de precise pentru a permite unor codificatori diferiți să ajungă la acelaşi rezultat, în momentul în care toți examinează acelaşi material textual. Se acordă o atenție deosebită coeficientului de siguranță al măsurătorilor sale şi validității descoperirilor.

Textele furnizează date complexe, neprovocate şi accesibile, care îşi exercită efectele asupra lumii reale. Rolul cercetătorilor de texte nu este acela de a evalua sau critica anumite texte conform unor standarde aparent obiective, ci de a analiza modul în care textele provoacă anumite efecte. Patru căi de analiză a efectelor se pot lua în considerare: analiza de conținut, analiza structurilor narative, etnografia şi analiza categorizării membrilor.

Analiza de conținut a discursului este aplicată în mod eficient pe documente cu informație complexă şi cu valoare comunicațională maximă. „Este o metodă ce se referă la analiza cantitativă a documentelor, urmărindu-se punerea în evidență de teme, tendințe, atitudini, valori sau pettern-uri de asociere a unor teme şi evaluări (de atitudini şi valori). Ea a

mai fost numită şi *tratarea cantitativă a unui material simbolic calitativ.*"[1] Este un ansamblu de tehnici destinate să facă să apară, în conținutul diverselor categorii de documente scrise – articole de presă, interviuri, chestionare, note personale, etc. – anumite elemente singulare din care se derivă apoi caracteristica psihosociologică sau alta a individualității cercetate.

A apărut în SUA, după Al Doilea Război Mondial, şi este folosită mai ales în politică. Este o metodă de tratare controlată a informației conținute în texte, cu ajutorul unei grile de lectură obiective, ale cărei rezultate vor fi interpretate.

De aceea în procesul analizei sunt respectați o serie de paşi: formularea ipotezelor prin clase şi indicatori direct numărabili în text, stabilirea unităților de analiză (*unitate de reperaj*, aici publicația *România literară* şi *unitate de context*, articolele analizate). Numărarea unităților favorabile, neutre sau defavorabile şi stabilirea frecvenței acestor unități oferă măsura gradului de *preocupare față de tema respectivă*, gradul de intensitate cu care se manifestă atitudinea, evidențierea unor structuri asociative (semantico-asociative) în cadrul comunicării.

Necesitatea utilizării acestei metode vine din câteva aspecte pe care le incumbă: aduce o notă de rigoare în interpretarea documentelor, dincolo de simpla impresie; are o relevanță deosebită în analiza producțiilor ştiințifice; relevă tendințe din interiorul unuia sau a mai multor documente, realizând un sistem comparativ de analiză; este preferată de cercetători pentru că documentele nu sunt create sau provocate de aceştia; are caracter epistemic şi poate realiza vaste comparații în spațiu şi timp; costul relativ redus al cercetării.

Un recensământ lexical complet şi un tabel de concordanțe adecvat ar fi o operațiune utopică pentru cei 20 de ani de presă asupra cărora ne-am oprit. Totuşi pentru studiul de față exhaustivitatea nu este indispensabilă. Folosind un pas de măsurare de 37 de unități au fost luate în calcul editoriale, ştiri, cronici literare, reportaje, anchete, interviuri, tablete situate pe prima pagină a publicațiilor. Ceea ce ne interesează nu e numărul total de ocurențe, ci mai ales repertoriul termenilor reprezentativi, remarcați prin frecvență, distribuție echilibrată a itemi-lor în timp, varietatea de nomenclatură (serii sinonimice care duc la repetitivitatea sensului unui cuvânt). Dacă sociologii sunt interesați de fenomenul cantitativ al frecvenței, filologii urmăresc atât materialul lingvistic în sine, cât manifestarea lui într-un context dat, caracterizat prin: situația de comunicare, contextul sociocultural, psihologia individuală.

***Era nouă* în *România literară* (1989-2000)**

Există o prejudecată, care îşi are originile în opera lui Platon, conform căreia literatura ar reprezenta doar nişte fantasme, o gratuitate fără relevanță pentru cunoaştere, deoarece nu există decât într-un imperiu al neadevărului şi

[1] Iluț Petru, *Abordarea calitativă a socioumanului,* Editura Polirom, Iaşi, 1997, p. 135.

al umbrelor. Totuşi, fiind o formă de manifestare a spiritului uman creator, literatura implică şi un orizont al cunoaşterii. Există un domeniu al realității rezervat exclusiv cunoaşterii artistice, iar pe de altă parte, există şi o poziție specială a artei în raport cu aceeaşi realitate, care ține de modalitatea de cunoaştere.

Literatura poate răspunde celor mai ascunse dileme ale existenței, dar, spre deosebire de filosofie sau ştiință, răspunde nu numai prin idei, ci şi prin simboluri şi mituri, prin mijloacele gândirii magice. Se poate vorbi chiar despre un „adevăr" al literaturii de tip mimetic, care, evident, nu trebuie confundat cu adevărul real.

Pentru o sociologie a culturii, eliberată de prejudecăți, tranzițiile sunt perioade de căutări febrile, accelerând ritmul dezvoltării şi stimulând inițiativele. In relația intrinsecă dintre discurs şi putere, realitatea imediată încetează a mai fi raportata la date obiective, universal verificabile, exterioare subiectului, şi devine modelabilă, autoreflexivă, capabilă să se construiască pe sine într-un proces de continuă regenerare. Mecanismul de autodeterminare este conferit de discursul care rezonează la nivel de conştiință individuală, suprapunându-se peste ceea ce este identificabil ca normă.

Alternativa fatalistă şi falsă dintre comunism - capitalism poate fi văzută ca un principiu specific respingerii gândirii critice. Trauma nerezolvată a trecutului întreține hegemonia simbolurilor produse de fluxul industriei culturale. Iar fondul natural care susține aceste simboluri e ideologia liberală îmbrățişată de cei mai puternici agenți de producție culturală din România postdecembristă.

Starea actuală a câmpului intelectual autohton este marcată de tensiunile dintre modernitatea în faza finală şi postmodernitatea incipientă, dintre „autoritarismul" culturii elitare şi „democratismul" discursurilor pluraliste în care se recunosc diversitatea, alteritatea, multiplicitatea lumii de azi.

Experiența totalitară a Europei de Est dă o dimensiunea despre colapsul unei societăți întemeiate pe teroare, suprimarea libertății umane, oprimare economică, control absolut al individului de către partidul-stat. Mentalitatea este surprinsă în literatura epocii. Viața într-o asemenea societate se ducea după reguli aparte, pe care literatura gulagului le-a dezvăluit în cele din urmă. Trauma unei astfel de societăți, chiar dacă acoperită prin câteva încercări de reformă neterminate, rămâne un subiect demn de atenție, cu atât mai mult cu cât instituțiile şubrede ale unei asemenea societăți nu pot fi reconstruite peste noapte într-o altă etapă istorică.

Mitul erei noi se constituie din caracteristici, elemente şi argumente diferite în *România literară* a perioadei comuniste, față de *România literară* democrată, de după Revoluție. Evoluția acestui mit este marcată de un caleidoscop de imagini, personaje, structuri, caracteristici specifice societății româneşti din cele două etape istorice opozabile. Cele două contexte socio-politice (perioada 1980-1989 şi perioada 1990-2000) în care se dezvoltă

fiecare din miturile analizate îşi pun amprenta pe manifestarea, persistenţa şi impactul mitului respectiv.

Discursul *României literare* postrevoluţionare, un discurs preponderent critic, recuperează vechile mituri şi le impune în forme noi, contextualizându-le. Duplicitatea din epoca comunismului se manifestă după 1989 în două sfere de interes în care fiinţează discursul revistei literare: literatură şi mediul socio-politic românesc postrevoluţionar.

Discursul literar din această perioadă este deschis, programatic, contestatar, vehement, persuasiv. Articolele monitorizate au fost editorialele, paginile de ştiri şi cronicile.

De la Revoluţie se tot parcurge un traseu al cristalizării: opţiunile ideologice se precizează, harta lumii noastre culturale se redesenează, mai complexă, cu contururi mai sofisticate. E un proces de diversificare, de asumare a diferenţelor, de pe urma căruia rezultă nu atât „tabere" (termen care sugerează situaţii conflictuale), cât grupări bazate pe afinităţi şi - într-un sens mai general - orientări culturale şi ideologice.

Starea actuală a câmpului intelectual autohton cu tensiunile dintre modernitatea în faza finală şi postmodernitatea incipientă şi cele dintre „autoritarismul" culturii elitiste şi „democratismul" discursurilor pluraliste recunosc diversitatea, alteritatea, multiplicitatea lumii de azi.

Scriitorii momentului '90 s-au manifestat după răsturnarea regimului comunist cu un soi de neoavangardism întârziat, cu o detabuizare a limbajului, cu o propunere de discurs angajat pe direcţia contestării şi denunţării vulgarităţii contextului social, denunţare care se făcea folosind chiar codurile şi limbajul acestei vulgarităţi. Din păcate, pe fondul entuziasmului faţă de un capitalism mitizat, privit mesianic, misterios şi aducător de bunăstare pentru toţi (în fond, o reconvertire a mitologiei comuniste de către mentalul românilor în perioada de confuzie post-decembristă), generaţia '90 nu a mizat foarte mult pe includerea politicului în literatură, una dintre cele mai rodnice şi mai autentice surse pentru creaţia ultimilor ani.

Ceea ce ar fi însemnat sensibilitatea la temele din zona respectivă, nu angajarea. Spre 2000 se cultivă acelaşi gust pentru experiment, pentru construcţia textuală multiplană, pentru transgresarea experienţei cotidiene în plan artistic.

În condiţiile unei societăţi multiculturale, în care fiecare individ are în mod virtual, acces la informaţie, nu mai este posibilă o viziune unitară asupra existenţei şi implicit asupra literaturii. Astfel că orice tip de discurs se defineşte ca un fragment alcătuit din alte fragmente.

Totuşi literatura, imediat după 1989, a cunoscut o nouă realitate, în faţa căreia nu putea să rămână imuna. Provocările, masive şi grave, au creat mutaţii structurale ca în toate sferele existenţei umane. Dar mai ales, spaţiul literaturii s-a complicat enorm din momentul apariţiei şi instituţionalizării culturii de masă. Frontierele literarului s-au lărgit, şi-au pierdut contururile ferme de altădată, au

intrat în interferență cu noi forme de textualizare şi reprezentare a realului pentru noul public. În acest sens „frontierele” clasice dispar odată cu mentalitățile discriminatorii bazate pe obsesii şi practici normative, iar paraliteratura, ca „fenomen de frontieră”, redobândeşte un statut deloc marginalizat.

Concordanța între public şi literatură, în toate genurile ei, se realizează prin suprapunerea aspirațiilor lectorilor cu intențiile comunicatorului. Oricum, presiunea exercitată de autoritatea literară a unui scriitor poate impune modificări ale gustului şi ale preferințelor, antrenând diverşi factori sociali şi extrasociali care concură la „succesul” temporar al unei cărți, al unei reviste.

Dialogul dintre lumea literară a perioadei postrevoluționare şi opinia publică românească s-a realizat progresiv, prin efortul presei literare, în primul rând, şi prin apariția cărților necenzurate. În 14 decembrie 1989, editorialul *Conştiința revoluționară,* publicat în *România literară* anticipa evenimentele din 21-22 decembrie 1989, fără a deschide perspectivele unei societăți în schimbare.

Realitatea metamorfozării este consemnată odată cu apariția primului număr al revistei, necenzurat, din 28 decembrie 1989. Într-o casetă apare pe prima pagină urarea lui Eugen Ionesco: „Să aveți curajul şi încrederea în Dumnezeu. Sunt fericit că sunteți liberi. Mă gândesc la sacrificiul românilor care a fost sublim plătit cu sânge. Sunt convins că abia acum se va putea exprima adevărata cultură românească.”[2] Mesajul deschide porțile unei exprimări libere şi adecvate specificului presei literare.

În articolul de fond se face o adevărată mea culpa a revistei față de atitudinea de până atunci: „*Ca să nu se mai repete*

La fel ca toată țara, revista noastră se bucură astăzi de libertate. […] Ar fi, probabil, nevoie de caractere tipografice cu desăvârşire noi pentru ca însuşi editorialul nostru de astăzi să nu mai semene nici măcar la față cu acela care, mai ales în ultimii cincisprezece ani, au făcut din acest colț de pagină (p.1!) unul din cele mai ruşinoase din revistă. A fost vorba de un compromis ocazional pe care puterea politică a ştiut să-l transforme cu vremea într-unul permanent. […] Dorim să ne exprimăm speranța nu numai într-o lume mai bună, dar şi într-o cultură română autentică, în stare să-şi ocupe locul între acelea ale Europei, bizuită pe valori estetice – morale, sociale fireşti şi vorbind limba vie a adevărului. În aceste condiții România literară va încerca - să nu spun mai mult!- să-şi onoreze deplin numele”[3].

Apare acum o nouă rubrică, intitulată *Document,* din care se desprind articole de genul: *Început de arhivă* (Andrei Pleşu), *Arma de zinc* (Alexandru Paleologu), *Sfârşit de veac în România* (Petru Creția), *Dinescu publicist* (Şt. Augustin Doinaş). Titluri rezonante se impun ca o necesitate

[2] *România literară*, anul XIII, Nr.52, 28 decembrie 1989, p. 1.
[3] *Ibidem*, p. 16.

de justificare, imediat după Revoluție*: Frica de libertate* (Gabriel Liiceanu), *Spiritul critic* (Eugen Simion), *Am redevenit oameni* (Viorel Cacoveanu), *Sfârşitul arbitrariului cultural* (Valentin Silvestru), *A venit clipa* (Augustin Buzura).

Nevoia de normalitate se remarcă în găzduirea unor polemici pe această tematică sensibilă şi interpretabilă. În numărul doi al revistei, Nicolae Manolescu şi Octavian Paler îşi pun întrebări, în modul cel mai serios şi responsabil, asupra formei în care va apărea de acum încolo *România literară.* Sub genericul: „Cum ar trebui să arate *România literară* acum?" două puncte de vedere diferite se reunesc într-o dezbare interesantă şi benefică pentru destinul revistei.

Articolul lui Nicolae Manolescu - *Intrarea în normalitate*[4] - susține cu argumente şi exemple o întoarcere totală la adevărata literatură/artă şi negarea absolută a implicării politice de orice fel. Extinzând acest aspect, Manolescu neagă chiar implicarea literaturii, a revistei în special, în realitatea imediată: „Noi ne ocupăm cu literatura, cu arta şi cultura. […] Noi trebuie să ne ocupăm de cărți şi de idei, nu de realitatea imediată, oricât de vie ar fi ea în aceste săptămâni. […] Sigur, nu vom ieşi din priza actualității, dar nu putem conta numai pe declarativism şi pe circumstanță şi nici nu putem amâna să scriem adevăratele opere sub cuvânt că nu ne-am purificat moral. Aceste procese sunt şi vor fi o lungă bucată de vreme paralele"[5].

Răspunsul lui Octavian Paler, din aceeaşi pagină, este retoric: *Care normalitate?* Punând sub un mare semn de întrebare accepțiunea pe care o luau, la momentul respectiv, termenele de normal şi normalitate, autorul atrage atenția asupra faptului că „nu se poate dezinfecta cultura de istorie… fără să se frustreze singură. […] Mă tem, aşadar, de o normalitate care nu s-ar delimita de anormalități, de toate anormalitățile, nu numai de cele care nu ne pun în cauză. Mă tem că pentru a ne apăra cărțile de consecințele lungii minciuni în care am trăit va trebui să începem prin a nu mai socoti sinceritatea o stângăcie fără importanță în artă. Alminteri, riscăm să prelungim o normalitate aflată încă departe de normal."[6]

Cu toate aceste dispute, controverse, se deschideau perspectivele unei ere noi[7], atât în literatură, cât şi în societate. Îşi continua, de fapt, existența un vechi mit: mitul erei noi. Marcată de noua putere şi de inedita opoziție, condamnarea trecutului, revizuirile postdecembriste, epurările ideologice, incriminarea dictaturii devin, imediat după Revoluție, apanajul oportuniştilor din scumpa noastră patrie aflată ori într-o perioadă de criză, ori într-o perioadă de tranziție.

---

[4] Nicolae Manolescu, *Intrarea în normalitate,* în *România literară*, Anul XXIII, Nr. 2, 11 ianuarie 1990, p. 3.
[5] *Ibidem,* p. 4.
[6] *Ibidem,* p. 3.
[7] Analiza de conținut este detaliată în Anexa 1.

A existat, după ’90, o polarizare în funcție de opțiuni politice între apropiații puterii şi susținătorii opoziției. Disputa ideologică s-a purtat pe terenul atât de bătut în cultura română - deschidere-închidere, autohtonism - europenism. O cultură „armonioasă” amenința să devină bolnavă şi periculoasă. Asumarea unor conflicte de idei, de convingeri filosofice genera o formă a coeziunii prin conflict. Alunecarea acestor dispute în contestația violentă, în negarea „adversarului”, până la „desființarea” lui, fără milă, cu toate mijloacele disponibile, onorabile sau ba era un fenomen întâlnit în paginile revistei *România literară*, în special şi a presei culturale, în general.

Fenomenul contribuie totuşi la reconstituirea unei culturi pluraliste într-o Românie redevenită democratică, după istoria comunistă. În articolul *Adio, domnule Goma!*, Nicolae Manolescu îşi manifestă indignarea față de atitudinea pe care scriitorul Paul Goma față de redacția revistei *România literară:* „Ne-a aruncat pe toți într-o troacă. Ne-a calomniat. Ne-a umplut de noroi. […] Ei bine, îndrăznesc eu şi-i comunic d-lui Goma pe această cale că nu-i voi mai publica un singur rând în *România literară,* câtă vreme articolele ori scrisorile d-sale, emanând mirosul rânced al frustrării, vor continua să injurieze şi să mintă”.[8]

Concluzia editorialistului: „Dl. Goma a devenit un banal caz patologic. I se va da tot mai puțină importanță, cu timpul. Cândva, la o curățenie generală, va fi scos pe făraş. Ca gângania în care s-a metamorfozat comis-voiajorul din Kafka. Adio, domnule Goma!”[9] reprezintă sentința irevocabilă de excludere din rândurile scriitorilor agreați la momentul respectiv. Literatura secolului XX pune în lumină situația în care individul nu se emancipează doar, ci suportă consecințele acestei emancipări, cum este cazul schimbării de mentalitate în ceea ce a fost subiectul primordialității naționale rasiale de la începutul secolului, a mitului unei clase politice salvatoare, a revoluției tehnologice ca final al istoriei, etc. Libertatea umană devine prin procesul de autonomizare al individului, de estetizare a vieții, prin încercările de autentificare a individului, de testare a limitelor sale, problemă centrală a culturii europene.

Pluralismul sistemelor de valori şi al tradițiilor intelectuale era unul dintre puținele semne ale apartenenței noastre la societățile de tip european. În schimb, imaginea câmpului cultural şi intelectual, transmisă prin mass-media, semăna cu o caricatură grotescă a tensionatei sale complexități. Problema competenței culturale şi jurnalistice a majorității celor ce intermediază relația publicului „nespecializat” cu producătorii de idei şi simboluri a devenit foarte importantă pentru promovarea unei noi imagini.

În fața nemulțumirilor evidente pe plan socio-cultural reconcilierea națională iliesciană nu mai are efectul scontat. În fața iluziilor spulberate,

---

[8] Nicolae Manolescu, *Adio, domnule Goma,* în *România literara,* Nr. 48, 2-8 decembrie 1998, p. 1.
[9] *Ibidem,* p. 2.

opinia pblică, electoratul român îşi manifestă scepticismul în fața unor subiecte de genul libertatea societății româneşti, democrație culturală, libertatea de expresie, privatizarea, economia de piață. Aerul de semilibertate agonică din 1990, este dat şi de faptul că Uniunea Scriitorilor îşi construise un spațiu de societate civilă, inexistent pentru celelalte instituții din România, cu toate că acest spațiu (mai) liber îşi plătea tributul față de putere printr-un evident narcisism: singurul scop, declarat de altfel, al acestei asociații profesionale era publicarea cărților valoroase, adică menținerea în viață a literaturii române. Avertizând asupra pericolului unei libertăți greşit înțelese, Paler se teme „să nu înlocuim ordinea de cimitir a monologului despotic cu o gesticulație revoluționară şi agresivă, bazată nu pe idealuri culturale, ci pe calcule carieriste şi pe pofta de a plăti polițe.” Articolul se încheie într-un ton pesimist: „Obosit, descumpănit de graba cu care purificarea morală, de care avem atâta nevoie e măturată uneori de pe scenă de presiunea culiselor, încă mai găsesc puterea să sper.”[10]

Literatură momentului nu se mai „bucură” de o cenzură politică, literatură erei noi este cenzurată economic. Teribilele probleme financiare ale revistelor literare trezite fără sprijin, descoperirea pasionantă, de către cititorul mediu (captivat altă dată de lumea literară), a atracțiilor presei libere, a cărților, revistelor şi emisiunilor TV comerciale, au demoralizat vechea lume literară şi au făcut-o să-şi caute alte refugii, alte preocupări şi alte ținute. Tonul multor articole din *România* literară a anilor ’95 este destul de pesimist: „Mizeria, frustrările, lipsa speranței sunt tot atâtea umbre, crescând amenințător din colțuri şi întinzându-se deasupra noastră ca o aripă neagră. Nu ne rămâne decât să aşteptăm. Şi să ne rugăm: dă-ne nouă, Doamne, pâinea noastră cea de toate zilele şi bucuria Sărbătorilor noastre!”[11]

„Perspectiva mea este pesimistă, dar autocritică. […] O revizuire este mai mult decât oricând necesară. Şi dacă n-o vom face noi, protagoniştii bătăliei de ieri, o vor face alții, şi cu o cruzime care nu va fi neapărat însoțită de un spirit de dreptate.”[12]

Articol plin de efuziunea momentului: „…toată omenirea s-a cutremurat”, în care condamnările constituiau substanța fiecărei expuneri şi sfaturile încheiau apoteotic fiecare articol: „Da, acest lucru se poate. Acest lucru se cuvine.”[13]

Epoca reevaluărilor, oscilând între conştiință critică reală şi indiferența față de cultură – program al Guvernului, dezvăluie o stare de convalescență generalizată pentru cultura şi societatea românească

---

[10] Octavian Paler, *Dificultatea de a fi liber,* în *România literară,* anul XVIII, nr.1, sâmbătă 6 ianuarie 1990, p. 6.
[11] Nicolae Manolescu, rubrica *Editorial*, *Sărbătorile,* în *România literară,* 18-24 ianuarie 1995, p. 1.
[12] Idem, *Revizuirea obligatorie,* editorial în *România literară,* 26 aprilie – 2 mai 1995, p. 1.
[13] Alexandru Paleologu, *Slujitorii lui Antihrist,* în *România literară,* anul XVIII, nr.1, sâmbătă 6 ianuarie 1990, p. 5

postrevoluționară, din care oamenii de cultură se zbat zadarnic să iasă. „… într-o țară care continuă tradiția comunistă a unui lider politic atotputernic, finalizarea unui act de cultură stă în mâinile instituției supreme din stat.” Atac direct la preşedintele de atunci al României.[14]

Tendințele recuperatorii se manifestă aproape virulent. Acum sunt repuse în circulație o serie de texte care nu au putut să vadă lumina tiparului în perioada dictaturii. Dar dincolo de acest lucru, perioada se caracterizează printr-o acută criză a ficțiunii. Acum se manifesta scriitorii Rodica Drăghicescu, Marian Ilea, Adrian Oțoiu, Daniel Bănulescu, Horia Gârbea şi Catalin Târlea.

Ținând cont de canoanele clasicizate ale literaturii consacrate, anii ’90 sunt dominați aproape în întregime de paradigma estetică a optzecismului şi a postoptzecismului, care conviețuiesc aparte în grupuri şi grupuscule, în interiorul unui mediu cultural/literar postmodern (haotic, indecis, fragmentar, carnavalesc, biografic, mediatic, ficționar), într-o lume postmodernă.

Singura, capabilă să rămână în picioare în aceste condiții, era tot falangă optzecistă. Învățați să lupte umăr la umăr şi să se sprijine la nevoie, componenții ei au ştiut să păstreze aureola grupului şi puterea lor mediatică. Mulți conduc astăzi reviste literare şi edituri de succes, învățând repede să inițieze companii literare de promovare şi boicotare. Posesori ai unor cunoştințe teoretice de toată lauda (câțiva fiind astăzi universitari şi critici literari cunoscuți), ei au ridicat în jurul textelor grupului o întreaga armătură autoreferențială care se suprapune aceleia pe care textele înseşi o conțin. Acest soi de comentarii la propriile comentarii, a întreținut gălăgios, dar eficace mitul generației, a timorat vocile minimalizatoare şi a amânat momentul firesc al închiderii capitalului experimentului optzecist.

Pentru că succesul grupării să fie deplin, momentul suprem al ascensiunii ei a coincis cu etapa redefinirii consumului şi a dezbaterilor din primii ani de după Revoluție în legătura cu necesitatea unei noi ierarhii literare. Într-o cultură în care nu apar evenimente de anvergură (cărți care să devină succese mondiale, expoziții de răsunet, spectacole năucitoare), interesul publicului e suscitat, în mod firesc, de disputele dintre intelectuali şi diverse grupări. Iar, când acestea se lasă şi cu premii returnate cu vorbe dure, cu dezvăluiri de scrisori şi dedicații vechi de zeci de ani, spectacolul e cu atât mai gustat.

Este epoca în care, pe lista recuperărilor îşi găseşte loc şi spiritualitatea românească tradițională, Ortodoxia. Redescoperirea ortodoxiei româneşti este expresia unei continuități literare, sociale, naționale, ființiale specifice poporului român.

Dacă înainte de 1989, *România literară* şi cronicile lui Nicolae Manolescu exprimau o formă a gândirii alternative în fața agresiunii

---

[14] Nicolae Manolescu, editorialul *În jurul unui spectacol,* în *România literară,* 20-26 septembrie 1995, p. 1.

iraționale a dictaturii, anii postdecembrişti au adus revistele culturale într-o altă poziție decât cea defensivă.

Se face o adevărată pledoarie pentru neincluderea marilor scriitori de genul lui: Călinescu, Vianu, Camil Petrescu, Arghezi în categoria scriitorilor colaboraționişti. Gabriel Dimisianu sugerează să se facă o delimitare între activitatea dinainte de perioada comunistă şi cea din timpul regimului restricționar.[15]

Un alt articol dedicat criticului Mircea Iorgulescu se bucură de o tonalitatea evident laudativă, admirativă aproape: „spirit eminamente polemic", „foiletonistul inteligent, incisiv şi prompt, tranşant până la exclusivism, mereu în miezul realității istorice de ale cărei contexte schimbătoare îşi leagă frecvent observațiile şi judecățile privitoare la realitatea literaturii, temperament de duelgiu cu disponibilități doar parțial etalate, pentru pamflet, diatribă şi polemică ideologică, suflet de iconoclast supravegheat de un fler al oportunității ce rareori a dat greş…".[16]

Nu numai recuperarea autorilor interzişi în perioada anterioară constituie o preocupare importantă a criticilor actuali, ci şi promovarea talentelor umbrite de comunism. „Poetul cel mai răsfățat de talent al literaturii române actuale", „Cel mai răsfățat între răsfățații cuvintelor", „poet cetățean", „artist desăvârşit", „cetățean între cetățeni" este de fapt Mircea Dinescu căruia i se atribuie „mijloacele moderne de opoziție politică ale poeziei române."[17]

În cărțile analizate: *Imposibila neutralitate* a lui Gheorghe Grigurcu, *Caragiale e cu noi!* De Ştefan Cazimir, *33 de revelații* ale Gabrielei Melinescu, *Volubilis* – Simona Popescu, *Improvizații pe cifraj armonic* – Constantin Severin, *Albert Camus – mit şi metafizică* de Florin Bratu, Maria Şleathichi – *O săptămână de poeme nescrise,* Forina Zaharia – *Goală pe străzi,* Alex. Ştefănescu pendulează între aprecieri de genul „o surprinzătoare eficacitate polemică (pentru Grigurcu)", „glume nesărate făcute în calitate de preşedinte de partid (pentru Cazimir Ionescu)", „Poeta face din cuvinte ce vrea (Gabriela Melinescu)", până la aprecieri de genul: „un discurs sclipitor dar inconsistent (în cazul Simonei Popescu)", „poetă talentată, dar lipsită de educația estetică (pentru Florina Zaharia)".[18]

Este de-a dreptul savuros prin umorul potolit, dar sănătos cu care sancționează Alex. Ştefănescu politica de sanctificare a scriitorului contemporan. „Cu aceeaşi evlavie vorbeşte despre sine însuşi Gheorghe

[15] Gabriel Dimisianu, rubrica *Actualitatea, Din nou despre colaboraționism,* în *România literară,* anul XXXII, 11-17 august 1999, p. 3.
[16] Laurențiu Ulici, rubrica *Generația 70, Moduri ale prezenței,* în *România literară,* anul XVIII, nr.1, sâmbătă 6 ianuarie 1990, p. 10.
[17] I. Negoițescu, *Despre Mircea Dinescu,* în *România literară,* anul XXIII, joi 5 aprilie 1990, p. 5.
[18] Alex. Ştefănescu, rubrica *Semnal, Cărți primite la redacție,* în *România literară,* anul XXXII, 13-19 ianuarie 1999, p. 4.

Crăciun. Consens perfect! Numai cărțile lui Gheorghe Crăciun, stricând atmosfera de sărbătoare, contrazic tăcute, din rafturile bibliotecilor, de unde nu le ia aproape nimeni, acest ceremonial apologetic.” Un zâmbet se strecoară involuntar la lectura acestor rânduri.[19]

Despre gazetăria lovinesciană, Nicolae Manolescu scrie: „… o parte din tânăra generație de critici este compusă din publicişti, după ce generația mea fusese una de profesori. Evenimentele de după 22 decembrie, au fost, în planul acesta, spre profitul tinerilor publicişti, care n-au avut nevoie să se convertească, decât poate tematic, presa liberă descoperindu-i cu creioanele gata ascuțite. […] Pot încheia spunând că e bună şi istoria literară la ceva, mai ales în momente ca acestea când ne vine greu să ne desprindem de realitate.”[20]

Revoluție şi revoluționar sunt termenii care s-au îmbogățit cel mai mult la nivelul semnificației după momentul decembrie 1989. În etapa imediat următoare, ce mai rămânea de făcut, pentru a nu pierde spiritul revoluționar în care funcționa societatea românească? Singura soluție era o revoluție culturală/ literară, pe baza unei revoluții a conştiințelor, a unei revoluții a limbajului. Şi, dacă era nevoie, se putea realiza şi o revoluție a scriitorilor, care să potențeze întreaga revoluția culturală.

Eugen Simion, îşi deschidea un articol cu preambulul: *Explozia tinerilor.* „Erau, doar atât pot să spun, tineri şi superbi. Şi extraordinar de curajoşi. M-am gândit atunci şi mă gândesc şi acum că i-am nedreptățit cu suspiciunea noastră. Nu erau fricoşi, nu erau superficiali, nu erau inerți cum credeam noi. Frica, inerția erau mai degrabă în noi. Ne-au dat o lecție şi trebuie să o învățăm bine.”[21]

„… nimeni nu-şi părăseşte casa înainte de nu se mai fi simțit acasă. Căci, evident, plecarea definitivă din țară este o formă de renunțare şi de deznădejde, opusă speranței de a rămâne şi de a lupta cu ceilalți”. Încheie: „Nu plecați!Atât timp cât mai există pe aceste pământuri un singur om care suferă – oricât de puțin şi-ar înțelege suferința şi oricât de puțin ne-ar înțelege solidaritatea – locul nostru este alături de el. În numele nenorocului.”[22]

Noua literatură de rezistență se manifestă ca o formă de prevenire a pauperizării valorilor culturale, într-o atitudine de respingere a tendințelor de subculturalizare mediatică. Pentru a dovedi importanța creației în sine, literatura actuală desfăşoară o sumă de experiențe, prin care individul este implicat în calitate de participant activ la crearea nu doar a unei literaturi, ci

[19] Idem, *Cultul lui Gheorghe Crăciun,* în *România literară,* anul XXXII, 13-19 ianuarie 1999, p. 4.
[20] Nicolae Manolescu, *Conica literară, Critici şi ziarişti,* în *România literară,* anul XXIII, joi 5 aprilie 1990, p. 9.
[21] Eugen Simion, *Poezia ca o vertebră de aur,* în *România literară,* anul XVIII, nr.1, sâmbătă 6 ianuarie 1990, p. 10.
[22] Ana Blandiana, *În numele nenorocului,* în *România literară,* anul XXIII, joi 23 august 1990, p.7.

şi a unei culturi noi, avangardiste. Interesul pentru culturile vechi, pentru „celălalt", pentru imaginarul alterității, pentru mitologia aferentă, alimentează experiența culturală care se depozitează într-o memorie activă, reactivabilă, transmisibilă, care se poate învăța, se poate perfecționa. Literatura oferă astfel un teren fertil, deschis pentru studiu.

Fără colaborarea cititorului predispus unui act de receptare valorică, creația îşi pierde din esență. La nivelul mentalului colectiv, ar trebui să se fi produs în prealabil o transformare pentru a obține atitudinea favorabilă a cititorului-complice actului de cultură. Problema studiului mentalităților se dezvolta în acelaşi timp cu procesele paralele de modernizare ale culturii actuale.

Creație, creativitate, creativ sunt termeni cheie pentru individul modern şi mentalitatea sa. Deşi trăim într-o lume de intensă nivelare, datorită globalizării, mediatizării ori a predominanței *unor* modele culturale, mai mult decât a celorlalte modele culturale care există în lume, gradul de personalizare a experienței se înregistrează în creştere pentru consumatorul de cultura. Acesta are la dispoziție nu doar o cultura a divertismentului, ci şi procesul de ştergere a granițelor dintre genuri, pe care, de pildă, mijloacele de comunicare în masă îl produc ca efect suplimentar cultural. Experiența creației este împărtăşită gradual de întreaga omenire prin actul de comuniune culturală mediatică. Atunci când procesul este deteriorat prin exagerarea rolului accesibilizării sau prin primordialitatea factorului economic, oamenii de cultură intervin pentru menținerea sau chiar creşterea nivelul cultural general.

Ca puncte de reper în selectarea valorilor literare actuale româneşti, criticii Nicolae Manolescu, Laurențiu Ulici, Gabriel Dimisanu, Alex. Ştefănescu, Vleriu Cristea, I. Negoițescu, Grigore Grigurcu sau Octavian Paler se manifestă constant în calitate de voci pertinente în peisajul literaturii contemporane.

Rolul criticilor *României literare* în promovarea mitului *era nouă*

În impunerea unor mituri, un rol esențial l-au avut liderii de opiniei ai publicației *România literară,* criticii Nicolae Manolescu, Gabriel Dimisianu sau poeta Ana Blandiana şi scriitorul Geo Bogza. Nume cu rezonanță, autorități literare, critice au constituit puncte de reper în peisajul literar comunist şi contemporan alături de Eugen Simion, Lucian Raicu, Matei Calinescu, Valeriu Cristea, Mircea Iorgulescu, Dana Dumitriu - un corp de critici literari a căror acțiune concertată a țintit în principal să distingă între impostură şi valori şi să le propulseze pe acestea din urmă.

Cum era de aşteptat, aceasta poziție a echipei de critici de la *România literară* a nemulțumit multă lume şi nu în ultimul rând forurile de partid şi securistice, care o taxează drept estetizantă şi în contrasens cu declarațiile de adeziune la politica partidului publicate, de nevoie, în alte pagini ale revistei.

În *Cartea alba a securității* (1994) este reprodusă o notă informativă privitoare la *România literară*: „Alcătuirea prezentă (este vorba de anul

1984, n. a.) a revistei *România literară* se caracterizează prin decalaj între conținutul politic al editorialelor (perfect pe linie, în care se fac declarații de adeziune la politica statului şi a partidului) şi conținutul revistei care, desigur, este altul; dacă se compară editorialele şi declarațiile din pagina întâia cu restul revistei constatăm o dominantă: critica de conținut de care se vorbeşte în prima pagina devine estetizantă în restul revistei."

Nicolae Manolescu

Personalitate recunoscută astăzi ca şi în perioada comunistă, Nicolae Manolescu este criticul care a marcat în mod evident destinul şi rolul *României literare* în viața culturală românească din perioada comunistă şi de după. Susține ani de zile cronicile literare săptămânale din *Contemporanul* şi apoi *România literară*, în care analizează pertinent fenomenul literar cotidian. După Revoluție, intrând în viața politică (a candidat la funcția de preşedinte), pana criticului rămâne în plan secundar. Cele mai importante cărți scrise sunt: *Arca lui Noe* (1980), *Istoria critică a literaturii române* (I, 1990), precum şi monografii despre Titu Maiorescu, Alexandru Odobescu, Mihail Sadoveanu. Este doctor în litere, profesor universitar la Bucureşti.

Lansarea în politică a fost considerată un eşec atât pentru lumea literară, care pierdea un atent exeget, cât şi pentru sfera politică, în care omul de litere nu şi-a găsit locul. Deşi se situa pe poziția marilor oameni de cultură de genul Eminescu, Maiorescu, Iorga, care au considerat o datorie implicarea în politica de moment a țării, Manolescu nu a rămas decât un militant.

„Aceasta este toata cariera politică a părinților mei şi - cum sa zic? - astăzi, când unul ori altul se lauda cu părinții care au făcut politica, au fost mari şi tari, ba chiar cu părinți legionari, eu nu mă pot lauda ca părinții mei au făcut politica. Aşa cum n-am făcut nici eu multa vreme şi - cum spuneați dumneavoastră la un moment dat citându-mă - m-am trezit în politica în 1990 sau, mai exact '91." „ Dați-mi voie să vă spun ca eu, care nu m-am numărat printre dizidenți, din păcate - o spun cu părere de rău - nu cred ca sunt cel mai în măsura să mă plâng că am fost mai înjurat ca alții."[23]

Din păcate, sinceritatea cu care este respinsă poza de rezistent se estompează atunci când domnul Manolescu tratează alte aspecte ale carierei sale. Protecția de care s-a bucurat din partea lui George Ivaşcu, una din viorile importante ale „revoluției culturale", ale cărui credințe în idealurile comuniste au fost în repetate rânduri afirmate, i-a adus un oarecare oprobriu public şi i-a marcat involuția politică.

Aşadar, compromisurile debutului în critică nu l-au urmărit în plan literar, ci în plan politic. Cartea lui M. Nițescu, *Sub zodia proletcultismului*, scrisă în 1981,

[23] În dialog cu Iosif Sava, televizat la 20 ianuarie 1996 - publicat în *Simfonia Destinului*; Editura Integral, Bucureşti, 1996, p. 20.

respinsă permanent de cenzură şi publicată de-abia în 1995 la editura Humanitas, aruncă o altă perspectivă asupra personalității criticului. Iată cum arată un fragment ilustrativ pentru trecutul „compromițător" al criticului Manolescu:

„Nicolae Manolescu a debutat în 1961 cu recenzii la culegerile de versuri *Amiezile veacului*, de Rusalim Mureşanu şi *Fără Popas* de Florența Albu. Felul cum sunt scrise aceste recenzii, ca şi cronicele şi articolele care au urmat, dovedeşte încă o data ca prețul intrării în viața literară a fost acceptarea întocmai a clişeelor dogmatismului realist-socialist şi ca numai cine a consimțit la acest compromis a putut beneficia de un loc în coloanele revistelor literare. Citind astăzi acele texte nu poți să nu te întrebi: lipsa de discernământ, datorita vârstei, sau dorința de a face cariera literară cu orice preț? Poate şi una şi alta. Oricum, din generația sa, N. Manolescu este acela care a plătit dogmatismului de tip proletcultist cel mai mare tribut. [!!!!!] Nici maturizarea treptată şi nici semnele de evoluție spre o relativă normalizare a vieții literare nu determină deocamdată o schimbare în scrisul lui N. Manolescu. Dimpotrivă ceea ce la început putea fi considerat o simplă imitație, mai mult sau mai puțin vinovată se accentuează şi devine un „bun" al sau.

Limbajul, marcat de aceleaşi poncife ale dogmatismului, capătă o notă personală, fiind practicat pe cont propriu. [...] În timp ce însuşi Paul Georgescu, de ex. sau Ov. S. Crohmălniceanu şi alți vechi combatanți pe frontul dogmatismului proletcultist se fereau în 1964 să mai scrie la modul violent ideologizant, cei doi [Nota : N. Manolescu şi Dumitru Micu] continua cu zel şi optimism partinic să oficieze în cea mai autentică manieră proletcultistă.[...] Abia în 1965 N. Manolescu va începe să se trezească din somnul dogmatismului proletcultist, restructurându-şi viziunea critică şi arsenalul mijloacelor de expresie."[24]

Cu toată implicarea inerentă şi contagiunea politică de care a dat dovadă la începuturile carierei sale literare, criticul Manolescu, reprezintă o voce cu rezonanță în peisajul literar românesc în care a scris şi a activat. Chiar proza politică a lui Manolescu s-a bucurat de o reală apreciere. „Atunci când discută marile chestiuni sociale, economice şi morale ale Românie, Nicolae Manolescu o face întotdeauna competent, cu un invidiabil simț al nuanțelor. Probabil că în această privință experiența sa filologică i-a fost mai mult decât utilă. Proza politică a lui Nicolae Manolescu, are, nu mă îndoiesc, valoare pedagogică. […] este lipsită de acreală, de răutăți gratuite, de plăcerea demolării adversarului. Încă un motiv ca reflecțiile lui să capete şi pe termen lung greutatea pe care au căpătat-o în România ultimilor doi ani."[25]

---

[24] M. Nițescu, *Sub zodia proletcultismului*, Editura Humanitas, Bucureşti, 1995, p. 283.

[25] Vladimir Tismăneanu, *Nicolae Manolescu şi renaşterea prozei politice româneşti,* în *Dreptul la normalitate: discursul politic şi realitatea* a lui Nicolae Manolescu, Editura Litera, Bucureşti, 1991, p. 11.

Atât în perioada comunistă, cât şi după Revoluție, *România literară* a fost considerată şi încă este, un forum al ideilor literare, al exegezelor, al disputelor ideatice menite a scoate la iveală valori şi datorită lui Nicolae Manolescu. O carte, un autor, un spectacol sau un film sunt analizate pe coordonatele principiilor estetice, literare, culturale, în general, sunt încadrate în curente şi tendințe, pentru a fi înregistrate în spații culturale specifice în funcție de valoarea identificată. Dacă aprecierile sunt laudative, în peisajul cultural se naşte o carte, un poet, un prozator. Dacă sunt negative, un produs cultural, un autor, se vor lansa într-o tristă perioadă de anonimat sau vor fi desființate definitiv din peisajul cultural autohton.

Gabriel Dimisianu. Un sceptic constructiv

Singurul critic al generației ’60 care s-a dedicat foiletonisticii a fost şi este Gabriel Dimisianu. Spre deosebire de Matei Călinescu, care a optat pentru cariera universitară şi pentru savante studii academice sau de Nicolae Manolescu şi de Eugen Simion, care au preferat critica de întâmpinare prin proiecte de anvergură, el a rămas fidel fragmentului. După debutul cu *Schițe de critică*, au urmat titluri precum *Opinii literare*, *Lecturi libere*, *Subiecte*…

Fragmente contemporane, cumulează toate trăsăturile, devenite treptat opțiune şi destin. Aici se manifestă profesiunea de credință a unui lovinescian. Spirit civic şi constructiv, polemizează elegant cu polemiştii de profesie, cu cei care manifestă prin polemică un tip de oportunism periculos. Gabriel Dimisianu nu agreează violențele sau denunțurile – cu excepția câtorva cazuri de neocolit (e vorba de un Eugen Barbu, de un Vadim Tudor). A militat mai ales pentru existența unor principii.

Semnalează alături de Laurențiu Ulici pericolul ca valul „imperialismului mediatic” să înghită critica literară. Deşi nu poate accepta o astfel de ipoteză. Într-un mediu literar parcă opac, cărți scoase la lumină după ani de tăcere nu devin, aşa cum ar merita-o, evenimente. Prea multă apatie față de nişte cărți al căror destin a fost oricum nefast. Constatarea e sumbră şi exactă: „ce e cu adevărat important e întâmpinat cu nepăsare”. E vorba de *Luntrea lui Caron*, de *Noaptea de sânziene*, de *Revoluția*, romanele scrise de Blaga, Eliade, Dinu Nicodim şi nu de multă vreme recuperate. Sunt, însă, numai câteva cazuri din cele asupra cărora atrage atenția criticul.

Prin revizuirea activității literare a colaboraționiştilor, Dimisianu nu înțelege în nici un caz dinamitarea lor. Nu uită curajul lui Marin Preda, al lui Zaharia Stancu, al lui Laurențiu Fulga sau al lui A. E. Baconsky de la o întâlnire cu Ceauşescu de după tezele din iulie 1971. Îl prețuieşte pe Dan Deşliu pentru discreția sa şi pentru demnitatea de a nu-i învinovăți pe alții de propriile-i păcate. Apoi, nu ezită să amintească, cu mâhnire, abjurarea lui Ion Barbu, care şi-a negat poezia, ori, într-o demonstrație care ar trebui cunoscută, chiar căderea lui Blaga.

Este de datoria criticului să ia în calcul toate detaliile. Faţă de denunţurile spectaculoase (şi dureroase) referitoare la mari scriitori a căror verticalitate morală e ruinată de posibilitatea, dovedită deja, a colaborării cu securitatea ia o poziţie atentă. Ştefan Augustin Doinaş e cazul la care se referă.

Deşi torţionarii sau scriitorii care trăiau în preajma securităţii, cum ar fi scriitorii şi jurnaliştii de la „Săptămâna” sau de la „Luceafărul”, se bucură de o ciudată nevinovăţie publică. Există, la noi, tendinţa de a privi neîncrezător rezistenţa prin cultură, de a umbri elitele intelectuale.

Dacă atunci, în comunism, nu se puteau evita unele clişee, unele formule osificate de limbaj, nu se puteau nici formula judecăţi propriu-zis estetice despre literatura momentului. Se acorda din ce în ce mai multă atenţie aspectelor artistice, procedeelor şi tehnicilor literare, „formei” mai ales.

Preocuparea pentru proză a fost din considerentul că proza este cea care consolidează literatura unei epoci, cea care aşterne straturile germinatoare. Mereu a avut critica de respins ceva ce i se propunea drept literatură dar nu era literatură, persoane care ţineau să treacă drept scriitori fiindcă se îndeletniceau cu scrisul, produceau „opere”, dar nu erau scriitori. Dar aceste încarnări ale imposturii au făcut mereu, în comunism, jocul puterii politice, îndeplinind misiuni de pură propagandă, răspunzând cu mult zel „comenzilor sociale” şi prin aceasta oficializându-se.

Li se aduc azi reproşuri scriitorilor români, de către judecătorii morali postdecembrişti, că ar fi rezistat în timpul comunismului, atunci când au făcut-o, numai în plan cultural, că au înaintat numai revendicări culturale, ca nu au protestat politic (cu excepţia unor Goma sau Tudoran). Nu se ţine însă cont, când se formulează aceste reproşuri, cel puţin ca o circumstanţă atenuantă, de miza politică pe care o comportau prea adesea, chiar dacă inexplicit, disputele literare.

Împotrivirea faţă de protocronism era politică înainte de a fi oricum altfel, pentru că viza un corp de idei culturale şi istorice însuşite de factorii politici. Naţional-comunismul ceauşist fructificase doctrinar ideaţia protocronistă şi a exprimat rezerva faţă de aceasta şi faţă de promotorii ei era un act cu consecinţe politice. Conflictele, crizele care zguduiau periodic comunitatea literară aveau nu o dată dedesubturi politice sau se soldau cu repercusiuni politice.

Critica are rostul, în aceste condiţii, să facă oarecare ordine, să clarifice perspectiva, să „întâmpine” ceea ce merită să fie întâmpinat şi să respingă rebuturile şi impostura proliferantă. Alex Ştefănescu, Dan C. Mihăilescu, printre alţii, execută astfel de operaţii de ecarisaj foarte necesare, supunând judecăţii exigente ceea ce pare să fie literatura şi nu este. Bătălia cu impostura literară o vedem astfel reluată, în împrejurări în care, ce e drept, producţiile imposturii nu mai beneficiază de protecţie politică, dar fructifică libertăţile economiei de consum.

Alex. Ştefănescu - Criticul ca un sclav al „scriitorilor"

Criticul literar, traducătorul, autorul de texte politice, scenarii de televiziune, moderatorul de televiziune Alex. Ştefănescu scrie recent o lucrare *Ceva care seamănă cu literatura*, apărută la Editura Ştiinţa din Chişinău. Aceasta se constituie dintr-o suită de cronici apărute în suplimentul cultural, „Ziarul de duminică".

Alex. Ştefănescu, aşa cum o declară, a ajuns să fie de-a dreptul vânat de diverse persoane ce se pretind scriitori, ce-l caută pretutindeni, ulterior insistând cu telefoane, insinuări, chiar insulte, scene melodramatice, pentru a le citi cărţile sau chiar manuscrise greu descifrabile. O face în cele din urmă, cu speranţa de a găsi un grăunte de aur în grămada de nisip.

„America lansează rachete, România lansează cărţi. Este plin cerul patriei noastre de volume zburătoare, trimise acolo sus din librării, biblioteci, holuri de teatru, case de cultură, muzee ale literaturii şi licee", scrie autorul, încât editurile de la oraşe şi sate îşi depăşesc planul editorial… Trist este că acum pe unii scriitori nu-i mai încearcă sentimentul răspunderii, înainte de a publica un text, constatându-se absenţa oricărei responsabilităţi intelectuale (să ne amintim ce spunea Cioran: „Orice cuvânt mă doare"!), mulţi exhibându-şi intimităţile în scris, neîntrebându-se dacă „operele" lor interesează pe cineva şi scriind uneori mai multe cărţi decât au citit.

Constatăm această liberalizare editorială, editori care n-au de-a face cu literatura, costuri relativ accesibile autorilor, producţia de carte neîmpiedecându-se de nici un argument axiologic şi chiar postmodernismul promovând din plin creaţia amatoristică. Ne amintim că şi înainte de '89 exista o editură ce producea cărţi în regia proprie a autorilor (care acum spun cum au reuşit ei să treacă de cenzură în acele vremuri...).

Toţi cei care au o carte au pretenţii de scriitor, convinşi că aceasta le oferă chiar accesul liber în altarul artei. Mai ales dacă sunt susţinuţi de un grup de presiune, în general universitar. Se practică şi tirajul de un exemplar – condiţie a promovării – cartea de unică folosinţă, cu termen de garanţie. Autori ai unei singure cărţi, se prezintă drept scriitori pe cărţile de vizită, pe plicuri personalizate, pe uşa de la intrare...

Astăzi, când observăm o atitudine de respingere faţă de spiritul critic adevărat, o încercare de a se păstra ierarhiile discutabile, snobul amatorism al multora în a cocheta impenitent cu literele, Alex. Ştefănescu, cu stilul său personal, recognoscibil, îşi spune părerea sincer despre cărţile pe care, din datorie profesională şi uneori sub ameninţare, a fost nevoit să le citească, reuşind să aducă o infuzie de umor graţios ce întreţine comuniunea afectivă cu cititorul. Cronicile poartă titluri foarte variate, ironice, subtile, având avantajul imprevizibilităţii şi al puterii de atracţie.

Alex. Ştefănescu alege să vorbească şi despre alte componente ale volumului în cauză, precum: titlul (uneori pretenţios), subiectul, fastul

tipografic şi bibliografic – invers proporțional cu calitatea cărții –, traducerea poeziei în mai multe limbi – semnificând adesea înmulțirea cu 2, 3 sau 4 a mediocrității – , apoi chiar fotografia autorului (precum un octogenar ieşean care de mai bine de câteva decenii, tot aceeaşi imagine suavă din tinerețe arborează pe coperta a patra a fiecărei cărți apărute) şi de ce să nu remarcăm şi nume care stârnesc uneori zâmbetul.

În aria de interes a criticului intră şi oraşe cu emblemă de oraşe culturale. Despre Iaşi, *capitala cultural*ă *a țării*, cum le place multora s-o numească, scrie şi Alex. Ştefănescu. Numai că perspectiva abordării este cu totul alta decât ne-am fi aşteptat. „În Palatul Culturii, monument reprezentativ al românilor, pe lângă nunțile princiare, an de an se organizează târguri de materiale de construcții şi de îmbrăcăminte.

Centrul oraşului arată acum ca după un atac cu bombă... Într-o casă unde odinioară se țineau întâlnirile Junimii, acum sunt aduşi hoții din buzunare, prostituatele etc., deoarece acum este Circa 10 de Poliție... Nu mai spun de starea clădirii (ca de altfel a multora din oraş) care se află într-un proces cronic de degradare... La numai câțiva zeci de metri, Biblioteca județeană îşi împarte spațiul cu o „modestă" familie de romi (40 de persoane!), care, în timpul aprigei ierni, nu-şi mai puneau o haină pe ei, fiindcă n-o aveau, ci săreau în depozitul bibliotecii de unde plecau cu un braț din cele mai groase cărți. Şi să închei această paranteză cu o imagine la prima vedere comică: caii familiei mai sus amintită pasc vara pe pajiştile străzii Lăpuşneanu, ale Teatrului Național, ale Palatului Culturii până spre seară."[26]

Prin această carte nu-l vedem pe Alex. Ştefănescu ca pe un cititor fundamental sceptic, ci ca pe un critic ce doreşte să atragă atenția cititorilor de astăzi, în a fi mai selectivi; criticii să părăsească discursurile apologetice sau convenționalismul comentariilor închinate literaturii şi să se reîntoarcă la principiile axiologice care au existat odinioară în critica noastră, iar scriitorilor români care se plâng de o slabă cunoaştere a literaturii lor în lume, le recomandă să treacă mai întâi bariera limbii române.

Astăzi, critica a pierdut din audiență şi autoritate, din pricina scăderii generale a interesului pentru literatură, pe de o parte, şi pe de alta, din pricina retragerii din prima linie de luptă a celor mai mulți dintre criticii care altădată făceau legea. Cu toate acestea, obiectivul criticii rămâne acela de a nu pierde spiritul de continuitate al literaturii române, de a nu produce o ruptură gravă, de netrecut, între ce a fost şi ce va fi.

Promovarea aceloraşi mituri din perioada comunistă demonstrează faptul că literatura nu poate rămâne insensibilă la fenomenul social, politic şi cultural, la ceea ce se petrece în lume. Situat într-o contagiune perfectă cu ritmul evolutiv al societății, fenomenul literar îşi fundamentează valorile

---

[26] Alex. Ştefănescu, *Ceva ce seamănă cu literatura,* Editura Ştiinței, Chişinău, 2005, p. 53.

pe structurile mentale deja formate într-o perioadă mai îndelungată de timp. Aducând modificări de context, de perspectivă şi de nuanțe, în esență, structura mentală a românului nu se modifică fundamental într-un timp aşa de limitat. O dovadă peremptorie o constituie şi faptul că *România literară* postrevoluționară şi-a circumscris foarte bine publicul-țintă. Această situație este răsfrântă în literatură şi literatura însăşi participă la „societatea spectacolului". Postmodernitatea poate fi considerată un spațiu al libertății foarte largi a formulelor lirice, atent supravegheate de o conştiință fundamental (auto)ironică, care doreşte să aducă în fondul literar repere valorice autentice.

ANEXA 1

Analiză de conținut pe discursul *României literare* 1990-2000

Ipoteza de cercetare

Discursul *României literare* postrevoluționare, un discurs preponderent critic, recuperează vechile mituri şi le impune în forme noi, contextualizându-le. Duplicitatea din epoca comunismului se manifestă după 1989 în două sfere de interes în care fiinţează discursul revistei literare: literatură şi mediul socio-politic românesc postrevoluționar.

Discursul literar din această perioadă este deschis, programatic, contestatar, vehement, persuasiv.

Articolele monitorizate au fost editorialele, paginile de ştiri şi cronicile.[27]

Mitul erei noi

Variabile/ani	1990			1995			1999		
	Valorizare +	Valorizare 0	Valorizare -	Valorizare +	Valorizare 0	Valorizare -	Valorizare +	Valorizare 0	Valorizare -
Cultura	17	-	1	1	-	-	3	-	3
Puterea/Pluralism politic	2	3	8	-	-	13	-	-	9
Opoziția	-	-	-	1	-	3	-	-	3
Opinia publică	1	-	-	1	-	4	1	1	4
Condamnarea trecutului, a dictaturii, a comunismului, a socialismului/ Infernul totalitar/Genocid cultural	33	1	-	24	2	-	8	6	-

[27] Sursele sunt în Anexa 10

România/Schimbarea la faţă a României/Scumpa noastră patrie/Societatea românească	6	-	1	1	-	6	3	-	3
Libera circulaţie a valorilor/Stimularea schimburilor internaţionale	3	-	-	-	2	-	2	-	-
Perioadă de criză /Perioadă de tranziţie/reconcilierea iliesciană	3	-	1	-	-	6	-	-	2
Libertatea societăţii româneşti/ libertatea de expresie/	9	2	8	-	-	1	-	-	1
Redescoperirea ortodoxiei româneşti	14	1	-	5	-	1	4	-	-
Dezvăluiri senzaţionale din perioada comunistă	13	-	3	14	-	-	5	5	-
Economia de piaţă/ privatizarea/reconcilierea naţională	1	-	1	1	-	-	-	-	2
Indiferenţa faţă de cultură – program al Guvernului	-	-	2	-	-	3	-	-	3
Iluzii spulberate	5	-	-	-	-	3	2	-	-
Stare de convalescenţă	3	-	1	-	-	2	-	-	-
Epoca reevaluărilor valorilor/Cărţile rezistente la o nouă lectură /Revizuiri postdecembriste/Critica literară	9	1	2	6	5	1	8	5	-
Epurări ideologice									
Literatura – un imperiu al cuvintelor/Domeniul creaţiei	2	-	-	-	-	-	1	2	-
Postmodernism (ostilă limbajului iniţiatic, teme	4	-	-	-	-	-	-	1	1

existențiale, textualism, alegorie, fabulă, epigramă,ironia, memorialistică,jurnal)									
Media: presă scrisă, televiziune, radio	2	2	1	-	-	1	-	-	4
Literatură cenzurată politic	3	-	5	-	-	2	-	-	-
Literatură cenzurată economic	2	-	1	-	-	-	-	-	-
Proza comportamentistă	2	-	2	-	-	-	1	3	1
Poezia impregnată de cotidian, concret, istorie	1	-	-	-	-	-	1	4	-
Integrarea europeană/ cultura europeană, liberală/ UE/Europa/Occident	6	-	-	-	-	-	1	-	4
Vulgarizarea culturii	-	-	-	-	-	3	-	-	2
Literatura proletcultistă	-	-	-	-	-	8	-	-	4

1990: 142(+), 10(0), 37(-)
1995: 54(+), 9(0), 57(-)
1999: 40(+), 27(0), 46(-)

ANEXA 2
Articole monitorizate în *România literară,* perioada 1990-2000
Mitul erei noi *România literară (1990-2000)*

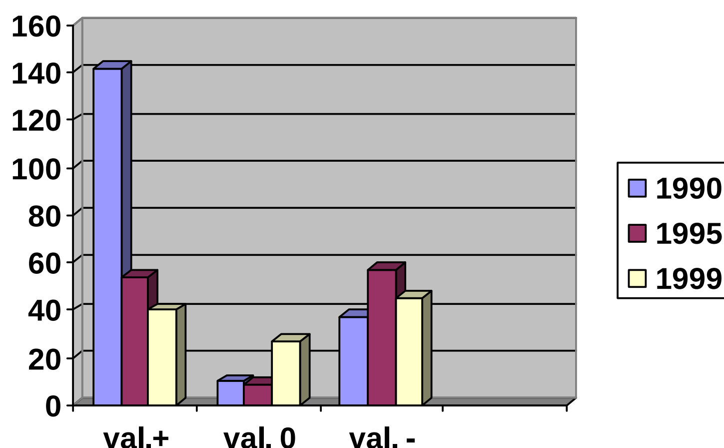


Figura 1

Concluzii

Albert Camus spune despre ziarist că este „istoricul clipei”. Ziaristul rămâne un actor a cărui muncă efemeră este de puține ori recunoscută sau păstrată în memoria colectivă. Demersul sociologic, literar, psihologic, cultural pe care îl face un jurnalist se epuizează într-o zi. Satisfacția muncii nu poate fi savurată pentru că timpul nu-i dă răgaz. Publicul nu aşteaptă ca jurnalistul să se bucure de roadele muncii de o zi. Pentru a fi recunoscut trebuie să persevereze. Trebuie să scrie zilnic mai bine, mai interesant, mai atractiv, în aşa fel încât articolul să fie cumpărat, iar ziarul să se vândă. Mare responsabilitate planează pe capul jurnalistului-formator de opinie, jurnalistului-creator de mituri şi mitologii. Rolul de scrib sau de marionetă îl desființează ca personaj în peisajul informațional mediatic.

Potențat de tipul de publicație, de perioada în care apare, mesajul din presă scrisă creează, întăreşte, confirmă sau infirmă opinii, păreri, atitudini. Fără a-i exacerba rolul, mesajul scris, rămâne mai pregnant în mintea lectorului prin însăşi specificul perenității sale. Cititorul se poate întoarce în orice moment la textul scris, poate medita pe marginea lui în voie sau poate să-l ignore fără dificultate şi regrete, aşa cum ar face-o dacă ar urmări un program de televiziune sau de radio.

Analiza cantitativă şi analiza calitativă sunt două moduri diferite de abordare a unei problematici. Numai îmbinate reuşesc să ofere imaginea apropiată de aceea stabilită prin fixarea unui obiectiv de cercetare.

Există aplicații software care pot facilita explorarea detaliată a limbajului, chiar a structurilor narative. Folosirea lor este variată prin realizarea indexului unor mari volume de surse documentare, prin identificarea termenilor particulari din documente, prin localizarea succesiunii specifice a cuvintelor sau a persoanelor. Programul Altas.ti sau Concordance ne poate ajuta la identificarea tuturor contextelor în care a fost folosit un termen. Documentele pot fi serii întregi de articole apărute în aceleaşi ziare sau în ziare diferite pe perioade mai mari sau mai mici de timp. Capacitatea programelor de a regăsi cuvintele selectate ori seriile de cuvinte în context este o funcție vitală în efectuarea unei sarcini analitice a conținutului. Totuşi, munca analitică cu cea mai mare pondere şi importanță este depusă de cercetător. Programul nu este în sine un mod de analiză, ci doar un instrument care uşurează identificarea frecvențelor în toate contextele existente.

Rolul mitului este folosit pentru a explica privilegiile deosebite sau obligațiile, marile inegalități sociale, răspunderile serioase care revin celor ce ocupă posturi foarte înalte sau foarte modeste, pentru a explica tensiunea socială. Pentru a nu deveni amenințătoare şi pentru a fi mai uşor acceptată, uneori tolerată, realitatea este explicată prin intermediul… miturilor. Mitul ajută la menținerea unor stări de fapt, a unor atitudini deja formate. Schimbările vizibile se produc inițial în plan mental şi apoi iau forma acțiunilor propriu-zise.

Orice impunere de regim, de ideologie a avut la bază un anumit imaginar colectiv din care se desprinde ca factor primordial un anume tip de mitologie. Indiferent de publicația în care apare, de momentul în care se manifestă, un mit îşi asigură o continuitate şi o perenitate inevitabile. Continuitatea lor, în forme variate, demonstrează inerția mentalului colectiv, conservatorismul, continuitatea sistemelor de abordare a problemelor şi de raportare la realitate. Toate aceste caracteristici ajung să contureze specificul gândirii şi simțirii româneşti.

BIBLIOGRAFIE

1. Boia, Lucian, *Miturile comunismului românesc,* Bucureşti, Editura Universității, vol. I, 1995, vol. II – 1997.
2. Bourdieu, Pierre, *Economia bunurilor simbolice,* Traducere şi prefață de Mihai Dinu Gheirghiu, Editura Meridiane, Bucureşti, 1986.
3. Călinescu, Matei, *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism,* traducere de Tatiana Păunescu şi Radu Țurcanu, postfață de Mircea Martin, Editura Univers, Bucureşti, 1995.

4. Cărtărescu, Mircea, *Postmodernismul românesc,* Postfață de Paul Cornea, Editura Humanitas, Bucureşti, 1999.
5. Cristea-Enache, Daniel, *Sertarul scriitorilor români, Dialoguri pe hârtie,* Editura Polirom, Iaşi, 2005.
6. Eliade, Mircea, *Aspecte ale mitului,* Editura Univers, Bucureşti, 1991.
7. Gallagher, Tom, *Furtul unei națiuni. România de la comunism încoace*, Editura Humanitas, Bucureşti, 2004.
8. Girardet, Raoul, *Mituri şi mitologii politice,* Editura Humanitas, Bucureşti, 1998.
9. Hutcheon, Linda, *Politica postmodernismului,* traducere de Mircea Deac, Editura Univers, Bucureşti, 1997.
10. Karnoouh, Claude, *Comunism/Postocomunism şi modernitatea târzie,* Traducere de Mihai Ungurean, Editura Polirom, Iaşi, 2000.
11. Leroy, Michel, *Profetiile comunismului între erezie şi ateism*, în vol. “Religia contra ideologiilor socialiste”, Editura Antet, Bucureşti, 1995.
12. Manolescu, Nicolae, *Dreptul la normalitate: Discursul politic şi realitatea,* Editura Litera, Bucureşti, 1991.
13. Manolescu, Nicolae, *Istoria critică a literaturii române, (vol. 1),* Editura Aula, Braşov, 2002.
14. Marga, Delia, *Repere în analiza discursului politic,* Editura Fundației pentru Studii Europene, Cluj-Napoca, 2004.
15. Marino, Adrian, *Cenzura în România. Schiță istorică introductivă*, Craiova, Editura Aius, 2002.
16. Mălăncioiu, Ileana, *Recursul la memorie,* Editura Polirom, 2003.
17. *Miturile secolului XX,* Volum coordonat de Pierre Brunel, profesor la Sorbona, membru al Institut Universitaire de France, în colaborare cu Frederic Mancier şi Matthieu Letourneaux, traducere de Sandală Oprescu, Editura Univers, Bucureşti, 1999.
18. Oprea, Nicolae, *Literatura Echinuxului,* partea întâi, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2003.
19. Simion, Eugen, *Moartea lui Mercuțio. Eugen Simion*, Editura Nemira, Bucureşti, 1993
20. Thom, Francoise, *Limba de lemn,* Traducere de Mona Antohi, Bucureşti, Editura Humanitas, 1993.
21. Ungureanu, Cornel, *Geografia literaturii române, azi,*vol. I, Muntenia, Editura Paralela 45, Bucureşti, 2003.
22. Ursa, Mihaela, *Optzecismul şi promisiunile postmodernismului,* Editura Paralela 45, Colecția debut, Seria eseuri, Piteşti, 1999.
23. Voicu, George, *Zeii cei răi. Cultura conspirației în România postcomunistă,* Editura Polirom, Iaşi, 2000.

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

CERCUL LITERAR DE LA SIBIU - DE LA CORYDON LA EUPHORION

FLORENTINA RĂCĂTĂIANU

1. Despre cerc şi alte geometrii

Cvadratura cercului este titlul unui poem manierist din secolul al XVII-lea aparţinând lui Christian Norg von Rosenroth şi poate figura în logica unei aceleiaşi „estetici reglementată de phantasiai"[1](opusă unei estetici centrate pe mimesis) drept metafora emblematică a unui mod spiritual specific de a privi şi concepe lumea, similar acelei „anomalii perceptive" pe care Borges o va identifica mai târziu sub semnul complexului lui Cervantes.

Geografia spirituală a lui „homo europeus" îi revela lui Gustave René Hocke acel „mundus subterraneus", reversul asianic tenebros al aparentei ordini aticiste şi confirma, o dată în plus, paradigma modernă a dualităţii structurale. Opoziţia clasicism-manierism interpretată ca o „tensiune între două extreme ale unei unice forme spirituale bipolare"[2] beneficia chiar la Hocke de o distincţie formală între arhetipul clasic şi cel manierist. El opune cercul, forma mulţumită de sine, încheiată, pe deplin realizată reprezentând clasicismul şi elipsa (sau hiperbola şi parabola), forme deschise, fundamental manieriste. Închis în propria suficienţă, deschis evolutiv în spirală, suspendat parabolic sau deformat eliptic, cercul nu a încetat niciodată să întruchipeze, în imaginarul euclidian simbolic metamorfozele spiritului european. În această căutare a formei presupuse a lumii, cercul rămâne acel „Ur" goethean, matrice a tuturor virtualităţilor geometrice simbolice, forma şi mişcarea circulară fiind în concepţia lui Georges Poulet, una din metaforele fundamentale obsedante ale spiritului.

***

„*Să nu te atingi de cercurile mele,*
Ostaş viclean! Şi nici să nu te-nşele
Asemănarea lor cu arcul tău" (*Arhimede şi soldatul*, Radu Stanca)

Transferat din zona proiecţiilor spirituale în spaţiul terminologic al mobilizării literar-administrative, cercul ilustrează mai plastic decât „grupare", „mişcare", „şcoală" etc., atât aderarea echidistantă a membrilor

---

1 Gustave René HOCKE, *Manierismul în literatură, Alchimie a limbii şi artă combinatorie esoterică; Contribuţii la literatura comparată europeană*, în rom. de Herta Spuhn, prefaţă de N. Balotă, Ed. Univers, 1977, p. 6.

2 *Ibidem*, p.13.

la un centru iradiant comun, cât şi condiția sa de enclavă, de izolare rezistentă la asaltul amorfului exterior.

Descifrat în grila unei asemenea lecturi morfologice Cercul literar de la Sibiu, în totalitatea metamorfozelor sale diacronice ilustrează un asemenea tip de rezistență formal – estetică la asaltul amorf al istoriei. Avertismentul lui Arhimede adresat ostaşului viclean din versurile lui Radu Stanca poate figura emblematic în definirea Cercului literar de la Sibiu.

Descrierea unei asemenea mobilizări spirituale convergente (de tip grupare, mişcare, cerc) ridică de fiecare dată probleme de metodologie. Să fie privilegiată omogenitatea în defavoarea heterogenității, conturul ideologic cu omiterea vectorilor de disipare specifici oricărei forme de organizare? Să fie creditat un cifru de lectură unic, intrinsec sau o grilă diacronică a permutărilor receptive?

Demersul metodologic este dependent de definirea conceptului de *grupare*. Aceasta poate fi văzută, selectând din sugestiile criticilor, drept „un fenomen de sinteză variabil în timp, întrucât include pe lângă textele constitutive şi reacțiile cititorului față de ele”[3], „mai mult sau mai puțin suma ideilor, respectiv a operelor membrilor săi”[4], sau „rodul unor iluzii retrospective care le împrumută o doctrină şi o solidaritate vizibile numai din perspectiva postumității”[5], ba chiar „un ritual cotidian de trecere spre solitudinea esențială a creației, cu alte cuvinte o ficțiune necesară”[6].

În acest caz, condiția istoricului şi a criticului, sugerează Lucian Boia rămâne aceea a unui continuu creator de coerență în funcție de propria opțiune ideologică, de raportarea la ideologie dominantă a epocii, de evoluția ideii de valoare estetică.

În cazul Cercului literar de la Sibiu opțiunea noastră metodologică se îndreaptă spre surprinderea, contextualizată istoric, a coordonatelor, invarianților care circumscriu identitatea grupării, vectori de iradiere ai unui nucleu originar.

2. Repere pentru o ideologie cerchistă

În *Surâsul abundenței*[7], carte dedicată în special modelelor ideologice ale lui Ştefan Augustin Doinaş, Virgil Nemoianu face o radiografie ideologică pertinentă întregului Cerc literar de la Sibiu, încercând să stabilească, mai întâi, coordonatele filosofice, religioase, literare şi chiar de adeziune (contextuala) politică a cerchiştilor. Ca premisa de lucru, se reafirmă legitimarea

---

[3] Petru POANTĂ, *Cercul Literar de la Sibiu. Introducere în fenomenul originar*, Clusium, 1997, p. 6.
[4] *Ibidem*, p. 18.
[5] Apud Gabriela GAVRIL, *Cercul literar de la Sibiu. De la Manifest la Adio, Europa!, Radu Stanca, I. Negoițescu, Şt. Aug. Doinaş, Ion D. Sârbu*, Fides, 2000, p. 12.
[6] Mircea MARTIN, *Generație şi creație*, p. 39.
[7] Virgil NEMOIANU, *Surâsul abundenței, Cunoaştere lirică şi modele ideologice la Ştefan Augustin Doinaş,* Ed. Eminescu, 1994.

declarată a cerchiştilor de la europenitate şi refuzul dublei periferii: cea geografică (Ardealul) şi cea culturală (blamul tradiționalismului şi povara unei culturi minore): „Dacă provincialismul era subordonat naționalului, apoi la rândul său naționalul era subordonat cu egală radicalitate european-cosmopolitului, pentru membrii „cercului", un „spirit românesc " nu se putea legitima decât înrădăcinat în europenitate, derivat din aceasta."

Astfel, din această nobilă descendență deliberat asumată, se decelează pietrele de temelie ale orientării ideologice propuse: „Romantismul german, simbolismul francez, teologia latină, filosofia idealistă, avangardismul cosmopolit, începuturile existențialismului." Iar din punct de vedere filosofic, observă autorul, „orizonturile cele mai largi le oferă un amestec de neokantianism şi de neoplatonism, care, deşi original, seamănă în mod frapant cu sursele ideologice ale lui T. Vianu."[8]

Politic, ideologia Cercului se aşază pe linia tradiției liberale. „Se ştie că *Revista Cercului Literar* a apărut parțial finanțată de Partidul Liberal (prin intermediul scriitorului şi omului politic Mihai Fărcăşanu), căruia de altfel o parte din cerchişti îi era ataşată prin tradiții de familie sau prin opțiune personală. Mai târziu, negocieri cu Dr. Hațieganu, figură național- țărănistă de frunte, au explorat posibilitatea sprijinirii financiare a unei noi reviste de către partidul acestuia. Partidul Național-Țărănesc reprezenta versiunea ardeleană a liberalismului democrat."[9] Grupării i se aplică numeroase

---

[8] *Ibidem*, p. 136.

În *Estetica*, de altfel, Vianu asigura valorii estetice o situație privilegiată (*valoare-scop absolută*) atât față de valorile economice, politice (care sunt considerate *valori-mijloace*), cât şi față de valorile morale care sunt - după el - *valori-scopuri relative*. Interesant este că Vianu refuză esteticului apartenența la valorile reale, drept care accentuează aspectul de ,,aparență" al valorii estetice. În acelaşi timp, el demonstrează intima fuzionare dintre valori şi bunuri în opera de artă, anume într-un raport de ,,imanență" în care valoare şi bun fac aceeaşi ființă (spre deosebire de ,,transcendența" valorii față de bun în cazul ştiinței, moralei şi religiei).

[9] *Ibidem*, p. 137.

De altfel, schițarea anamnetică a contextului politic şi a câmpului de ideologii şi interese pe care o întreprinde Nemoianu e relevantă pentru sublinierea mizei pe care opțiunea pro-europeană a cerchiştilor o implica: *„În 1945 tradiția liberală românească se afla în grea cumpănă. Discursul liberal era cel care în fond zămislise România modernă atât ideal cât şi practic. Exista un substanțial numitor comun în modurile de gândire şi de acțiune, care merg de la Cărturarii moldoveni şi de la Şcoala Ardeleană la cele două generații de Goleşti şi de Brătieni şi mai departe până la al doilea război mondial.*

Principiile care se bucurau de consensul elitelor politice şi ale întregului popor : reataşarea la Europa, prioritatea latinității, adoptarea modelelor instituționale şi a liniilor de comportare şi cugetare ale Apusului, dezvoltarea liberei întreprinderi şi a claselor de mijloc sub protecția şi îndrumarea puterii statale etc. (.....)

Abia generațiile tinere autohtoniste dintre cele două războaie proclamă o ruptură categorică şi ambiționează un model de dezvoltare alternativ. Premiza lor de bază era noneuropenitatea României, colapsul modelului tutelar occidental, caracterul htonic şi de „lume a treia" a poporului

etichete politice: „Comuniştii de la Sibiu”, sunt acuzaţi de „comunism estetic”, de „estetism iudaizant şi cosmopolit”. În 1945, I. Negoiţescu publica textul unei conferinţe , intitulată „Mişcarea de rezistenţă de la Sibiu”, în care propunea „cu decenţă, o imagine eroică a grupării cerchiste, prevalându-se, printre alte argumente, şi de simpatiile stângii faţă de ea.” Autorul insinuează că această rezistenţă prin cultură avea un substrat politic: opoziţia la regimul totalitar”[10]- consemnează Petru Poantă. Drept replică furibundă, articolul lui D.D. Roşca, din „Luceafărul”, ia forma unui denunţ public, în care Negoiţescu, ipostaziat în imaginea unui ilegalist e acuzat de impostură. Argumentele sunt, pe de o parte, absenţa din *Manifest* a oricărei semnificaţii politice, iar, pe de altă parte, acuza de militant de extremă dreapta adusă lui Negoiţescu. „Regimul comunist va recunoaşte că, într-adevăr, *Manifestul* avusese un caracter politic, dar, în orice caz, nu de stânga. „Comunismul estetic” devine un estetism „retrograd”, „duşmănos”.”[11]

Deşi ideologia Cercului literar nu este codificată sau sistematizată, ea „poate fi dedusă din documente cum ar fi cele şase numere publicate din Revista Cercului Literar, din corespondenţa Stanca - Negoiţescu şi din alte surse”, dar (...)” rămâne evident incompletă (îi lipseşte cu totul o componentă socio-economică, viziunea istorică e vagă)”, observă criticul. Carenţa poate fi însă suplinită de creaţiile individuale ale cerchiştilor şi de trasarea traiectoriilor ulterioare, care pot reflecta , retroactiv, un nucleu ideologic generator, comun.

şi al istoriei sale, adică tocmai premise care ar fi stârnit maximă teamă în sec. XIX, şi pe care ctitorii României moderne le-ar fi respins cu feroce indignare şi scârbă.

Proiectul, nu creştin ci de sorginte gnostică, al legionarilor şi al maselor destul de largi de amorfi simpatizanţi ai lor era de natură utopică şi de structură comunitariană, dar (parte din mecanisme proprii, parte din mimetism infantil faţă de mişcări similare din prestigioase ţări europene) a degenerat curând în iraţionalitate crasă, ilegalitate, jaf şi violenţă. Iată in motiv principal pentru care, spre sfârşitul celui de-al II-lea război mondial, se cristalizase în opinia publică a lumii ideea că pentru România, (ca şi pentru alte ţări europene singurele căi posibile în viitor erau comunismul sau fascismul), în vreme ce paradigma liberală de guvernare şi de judecată intelectivă era iremediabil compromisă. În aceste împrejurări (...) era de o fierbinte urgenţă să demonstrezi, ideologic şi politic, că exista în continuare posibilitatea unei continuităţi centriste, liberal- democratice (...).

Printre grupurile care au înţeles acest imperativ (...) Cercul literar ocupa un loc de frunte. Încă din 1943, Gândirea, Revista Fundaţiilor Regale etc. Răspund cu insulte, sancţiuni, chemări la represiune, în vreme ce Jebeleanu, Ivaşcu, radicalii ideali de la Sibiu salută colegial scrisoarea deschisă către Lovinescu.

În 1947, joncţiunea democraţilor din grupul lovinescian (Cioculescu, Streinu, Aderca..) cu tinerii sibieni reprezenta un act de sfidare cu greutate politică, primit cu furie de comuniştii instalaţi între timp la putere.”(*op. cit*, p.137.)

De altfel, în prefaţa din 1966 la *Scriitori moderni*, Negoiţescu afirma : „*Manifestul Cercului literar din mai 1943, a reprezentat mai mult un act politic de opoziţie faţă de ideile fasciste dominante atunci în cultură.*”

[10] Petru POANTĂ, *op. cit*., p. 19.

[11] *Ibidem*, p. 31.

Între reperele transparente în chiar momentul apariției Cercului, se evidențiază însă, următoarele:

- „se pot decoda din preferințe filosofice şi estetice: accent pe ordine, rigoare şi ierarhie valorică; tendința ironică spre autocritică, revizuire canonică, răsturnare a convențiilor, originalitate şi chiar anarhie stilistică."
- „Autodefinirea, prin componența cercului şi prin mentori: nici un racord la generația Eliade- Noica- Vulcănescu; opțiunea pentru tradiția latină (Codru- Drăguşanu, Budai- Deleanu, Maiorescu) în defavoarea celei „tracizante", dozajul grijuliu cântărit între Lovinescu (şi descendenții acestuia) şi Blaga."
- „Referirile politice directe (puține): Victor Iancu (în primul nr. al R.C.L): „democrația de mâine va fi o democrație socială (...) ea nu trebuie să însemne (...) abandonarea cuceririlor mărețe ale liberalismului individualist. (...) Era socială va completa anumite lipsuri supărătoare ale liberalismului de ieri."
- „Preocuparea insistentă cu Europa centrală, de la Viena la Sibiu, ca model cultural- ideologic- statal (mai ales la Radu Stanca), reprezenta o încercare de a contura un tip de dezvoltare concret şi mediator, opus unuia „franco- european", prea vag- idealist, prea pretențios şi apt să sombreze în pasivitate sau prefăcătorie."[12]

Îndărătul tuturor acestor gesturi ideologice se află însă, în principal, o dialectică a esteticului şi a politicului. „Dacă pentru mulți intelectuali români ideologia politică se putea reduce la o evaziune estetică, Negoițescu, Stanca, V. Iancu, Doinaş par să vadă, dimpotrivă, **esteticul ca un model social posibil** (s.n.)*"*.[13]

În încercarea de a se defini ca identitate spiritual- ideologică în contextul cultural autohton, Cercul se raportează, neîncetat, la polii de legitimare ai vremii: *tradiție, modernitate, autohton, sincron*ic. Astfel, „în dilema tradiție vs. modernitate, Negoițescu, Doinaş, Stanca practică o asimilare ironic-melancolică a temelor şi manierelor vechi, romantice şi simboliste, a sferei istorice în general", iar „în raportul autohton vs. sincronic (european) – degajată lipsă de dogmatism, un echilibru decrispat, reconfortantă siguranță de sine, încredere în valorile tradiționale."[14] Aşa cum conchide şi Petru Poantă, „pe o anumită întindere a sa, ideologia cerchistă se structurează pe această subtilă dialectică: clasic – modern. Clasicitatea, ca ideal, nu ca normă, apare la cerchişti drept alternativă la forme extremiste ale modernismului, avangardismul şi purismul, dar şi la vechiul „actual", neo- sămănătorismul ".

---

[12] Virgil NEMOIANU, *op.cit.*, p. 138.

[13] „Celebra „autonomie" este un tip de funcționare umană în care primatul revine competenței profesionale şi individualismului responsabil, creator, productiv. Categoric, un ideal modern, un ideal liberal- democratic, o doctrină pe care aş numi- o democratism cultural." Ibidem,p.138.

[14] *Ibidem*, p.140.

În ceea ce priveşte situarea în continuitatea descendenței maioresciene, ca „a patra generație maioresciană”, şi, subsecvent, continuarea viziunii maioresciene, ulterior a celei lovinesciene asupra esteticului, Virgil Nemoianu observă şi subliniază câteva schimbări de perspectivă. „Intuiția lui Eugen Lovinescu (referitoare la a patra generație maioresciană) este valabilă”, dar „viziunea asupra esteticului, propusă cu toată gravitatea în 1943- 1945 aducea considerabile modificări tradițiilor existente”. „Înseşi sursele teoretice ale noțiunii diferă. Ele nu au nimic a face cu pesimismul metafizic al lui Schopenhauer, cu instituționalizarea gustului de către criticii francezi de la finele secolului XIX; ele datorau însă totul gândirii lui Schiller, autorizatul purtător de cuvânt al esteticii kantiene, care şi- a elaborat teoria mai cu seamă în scrisorile despre educația estetică a omului (1795). Rolul culturii estetice este după Schiller, unul educativ în sensul cel mai înalt; singură ea ar fi capabilă să asigure echilibrul umanizării complete între omul material- senzorial şi cel ideal- abstract. Frumosul este, astfel, regula şi instrumentul pentru construirea omului armonios, deplin liber, atât de arbitrarul spontaneității, cât şi de constrângerea exterioară. O astfel de definire a frumosului şi a jocului reuşeşte, fără a abandona „specificul ” şi „autonomia” să adauge o întreagă dimensiune etic- pedagogică esteticului. Este vorba de o viziune socială a artei.”[15]

Viziunea schilleriană, cu toate afluențele ei ulterioare dinspre morfologia culturii şi estetica fenomenologică, nu s- ar fi putut totuşi susține ca atare în absența unui fundal mai amplu de axiologie (aici legătura cu Vianu[16] şi Blaga apare evidentă). Teoria valorilor este cea care permite în

---

[15] *Ibidem*, p.141.

[16] De altfel, Teza de doctorat a lui T. Vianu era *Problema valorizării în poetica lui Schiller*. În *Estetica*, Vianu abordează patru probleme sau grupuri de probleme. Prima ar fi definirea valorii estetice, în sine şi în raport cu celelalte valori cu care se leagă în unitatea culturii, adică definirea frumosului artistic alături de valoarea economică, teoretică, politică, morală, religioasă. Răspunsul la această întrebare îl dă filosofia artei. A doua problemă se referă la opera de artă ca atare şi descrierea momentelor care o realizează, adică la o ,,fenomenologie" a structurilor artistice. Urmează apoi problemele anterioare şi ulterioare operei, creația şi receptarea artistică, vastul domeniu al sentimentelor ce stau la baza artei şi sunt puse în mişcare de ea; ele intră în competența psihologiei. Din cele patru probleme se ajunge, în mod real, la triada ,,operă-creație-receptare", premisele lor filosofice fiind de astă-dată mai degrabă subînțelese.

În aceeaşi ordine de idei, deosebit de lămuritor este capitolul *Atitudinea estetică* din *Tratatul...* său, prin refuzul estetismului, al atitudinii de opacitate sau chiar ostilitate față de alte valori culturale în afara celor artistice (la fel proceda şi Lucian Blaga în Artă şi valoare, 1939), prin critica abandonării ,,totalității" care până la urmă înjoseşte esteticul însuşi, oricât de exaltat în aparență. Atitudinea estetică, Vianu o concepe, dimpotrivă, ca pe o optică particulară în raport cu generalul, deschisă tuturor valorilor şi bunurilor, o privire axiologică largă şi liberă asupra vieții întregi. Interacțiunea şi integrarea valorilor va constitui o preocupare de căpetenie a esteticianului, istoricului şi criticului literaturii. Introducere în teoria valorilor bazată pe observarea conştiinței, propune un ,,sistem" al valorilor, pe baza determinării ,,structurii" fiecăreia - cu un tribut plătit ierarhizării pe ,,temeiuri de superioritate", conform căreia valorile personale sunt superioare

mod rațional încadrarea esteticului în scheme mai largi. „Ea a oscilat frecvent fie spre axiologicul pur (Balotă), fie spre exacerbarea esteticului (Negoițescu). În cazul lui Doinaş, se poate vorbi de o consecvență incontestabilă."[17]

Dar, aşa cum observa şi Gabriela Gavril, revendicarea de la o poziție estetică are, în vremuri tulburi, „şi un rol schillerian, de terapie morală". „Chiar fascinația pe care o exercită vârsta clasică asupra cerchiştilor", observă autoarea, „este mai apropiată de poziția schilleriană şi reprezintă mai puțin un clasicism structural, cât semnul alegerii unui model cultural care să se opună barbariei."[18]

Paradigma autonomiei esteticului, îmbrățişată de cerchişti, înlocuieşte, în epocă, mitul scriitorului militant, a poetului mesianic (la O. Goga), şi mitul etnicității ridicat de L. Blaga la dimensiune metafizică. Acest principiu, al autonomiei esteticului a fost fecundat, subteran, de gândirea maeştrilor. Blaga, principalul mentor, vorbea de complexitatea axiologică a operei de artă şi stabilea distincția estetic- estetism. Esteticul presupune o complexitate structurală axiologică, în care, definitorii, pe lângă valorile polare de substrat ontologic, sunt valorile vicariante, stilistice, de natură irațională, arta fiind produsul conlucrării celor doi factori: „intuitivul, concretul este exponențial organizat, atât prin categoriile conştiinței, cât şi prin categoriile stilistice-abisale." „Cercul literar descoperă spiritualitatea germană prin filieră blagiană-notează Petru Poantă ; metoda analizei stilistice aduce o modalitate nouă de abordare a mutațiilor din cadrul creației, a succesiunii stilurilor şi a dominantelor acestora prin care se diferențiază epocile, culturile diverselor popoare, „curentele" etc. Decurge de aici un reper al ideologiei cerchiste:

---

valorilor reale; valorile spirituale sunt superioare celor materiale; cele aderente la suport sunt superioare celor libere; valorile-scopuri sunt superioare valorilor-mijloace; cele amplificative (ce augmentează starea subiectivă) sunt superioare celor perseverative (care depind de voința subiectului deziderativ); valorile integrabile sunt superioare celor neintegrabile, iar cele integrative sunt - după Vianu - superioare celor integrabile.

Liviu Rusu, un alt mentor de subtext pentru cerchişti, vorbea în *Estetica poeziei lirice* (Cluj, 1937)despre cele trei tipuri prin care se exprimă în creația artistică viziunea despre lume: *tipul simpatetic, tipul demoniac echilibrat şi tipul demoniac expansiv*. Ca personalități reprezentative pentru tipul simpatetic erau analizați Lamartine, Rafael, Mozart („aşezat în fața lumii, acest tip găseşte că aceasta este frumoasă pentru că este plină de armonie ideală"), în timp ce, pentru tipul demoniac echilibrat reprezentativi erau considerați Goethe, Leonardo da Vinci, Bach („în concepția acestui tip, lumea este plină de contradicții, dar el crede că poate, grație unei lupte vehemente, s-o armonizeze"), iar pentru tipul ultim, figurau drept exemplari Baudelaire, Rodin, Beethoven („în acest caz ideal, lumea este frumoasă pentru că este înzestrată cu incertitudini şi fiindcă provoacă nenumărate îndoieli"). Fiecărui gen literar îi corespunde un anumit tip de frumos: frumosului simpatetic - genul liric, frumosului echilibrat - genul epic, frumosului anarhic - drama. Dincolo de această tipologie, se pare că Liviu Rusu privilegia pentru modelul artistului, tipul romantic, al unei ființe demonice, purtând amprenta definitivă a unei fatalități ce-l predestinează creației ; în acelaşi timp însă, produsul artistic apare, dimpotrivă, ca o manifestare a unei armonii care, la rândul ei, aminteşte de modelul clasic-clasicist.

[17] Ibidem, p. 141.

[18] Gabriela Gavril, *op. cit*., p. 82.

funcțiile etnicului în creație şi specificul național(...)[19]." Blaga afirmă, de altfel, că etnicul nu poate fi un imperativ categoric pentru creația artistică, însă în mod fatal etnice sunt doar unele coordonate stilistice, aparținând inconştientului colectiv.

Liviu Rusu, pe de altă parte, e cel care va alimenta ulterior resuscitarea teoriei genurilor şi gustul tragicului la Radu Stanca, Negoițescu şi Doinaş, fiind „primul estetician român care contestă (...) teza lui Benedeto Croce despre inexistența genurilor literare."[20] Prin stabilirea celor trei tipuri, (simpatetic, demonic echilibrat şi demonic anarhic sau expansiv), el provoacă deplasarea lor dintr-un registru al convențiilor rigide, într-un plan al ontologicului.

Ideologic, în *Manifest*..., disociind „ideea națională" de „ideea de cultură", cerchiştii sfidau nu doar o ideologie oficială, ci şi o sensibilitate publică aproape canonizată în ceea ce e numit „spirit sămănătorist". Premisa care stătea la baza acestei opțiuni era aceea că „ toate curentele de orientare tradiționalistă s- ar situa nu neapărat în afara esteticului, cât pe un nivel minor de creație, unde se produce paradoxalul fenomen de estetizare a unor realități sociale nesemnificative în perspectivă universală"[21]. „Am analizat sburătorismul şi linia estetică a lui Lovinescu, arătând că disocierea estetică s-a făcut la noi printr-o prismă falsă: sămănătorismul, poporanismul, gândirismul au eşuat fiindcă au fost exclusiv estetice, dintr-o neputință axiologică complexă: ei trăiau exclusiv şi neadecvat estetic, pentru moral, social, religios, greşeala lor fiind tocmai de a nu fi reuşit să pună în unire valoarea estetică cu cele morale, sociale, religioase..."[22].

Coagulat prin decantări succesive (de la promovarea mitului etnic şi a scriitorului mesianic-național la paradigma esteticului, subsecvent, de la renunțarea la figurile legitimatoare tutelare ale lui Blaga şi Goga şi legitimarea programatică prin Liviu Rusu de la E. Lovinescu), Cercul literar se conturează ca prezență imperativ necesară într-un timp convulsiv, tranzitoriu şi într-un spațiu de exil structural tot tranzitoriu – Sibiul.

Unei crize a modernității occidentale (eşuată în estetism şi purism) cerchiştii îi opun, aducând în discuție termenii realității autohtone, o altfel de criză: pericolul sămănătorismlui resuscitat, al etnicului care invadează libertatea ființei. „Întreaga istorie culturală este vertebrată în secolul trecut, dar şi în deceniile de la începutul secolului XX, de disputa mereu reînnoită dintre (...) tradiționalism (național) şi inovație (modernitate europeană)"[23]. În acest context se afirmă „literatura tânără" care încearcă – intrând în dialog cu modernitatea – să-şi configureze propria identitate. (...) În vreme ce în

---

[19] Petru POANTĂ, *op. cit*., p.14.
[20] *Ibidem*, p.47.
[21] *Ibidem*, p. 49.
[22] Radu STANCA, I. NEGOIȚESCU, *Un roman epistolar*, Ed. Albatros, 1978, p. 108.
[23] Sanda CORDOŞ, *Literatura între revoluție şi reacțiune. Problema crizei în literatura română şi rusă a secolului XX*, Ed. a II-a adăugită , Biblioteca Apostrof, 2002, p.45.

vest discursul cultural pune în cauză figura unui om care a obosit de sine însuşi şi de propria identitate, pe care o detronează, fără a pune alta la loc, în răsărit nici omul şi nici discursul cultural n-au încă o identitate fermă. În acest proces de edificare culturală, un rol prioritar îl vor juca sistemele ideatice occidentale. Venind din ţări în care tradiţia gândirii laice lipseşte, pentru ei nimic nu este mai serios şi mai profund decât dezbaterile de idei. (...)[24] În apus o lume se află în cădere şi face examenul acestei (...pentru ea) prăbuşiri. În răsărit o lume se construieşte. (...)[25] Aparţinând unor orientări şi generaţii diferite, oamenii de cultură români nu înscriu în programul lor pro-european, adoptarea stării de criză din occident. Aflaţi la ora marilor construcţii culturale, dezlegaţi – pentru prima data în istorie, o dată cu realizarea Unirii din 1918 – de misionarismul naţional, creatorii români se îndreaptă spre modelul cultural apusean tocmai datorită autorităţii pe care îl conferă acestuia venerabila şi durabila sa tradiţie. Creatorul român îşi doreşte – prin proiectele sale pro- occidentale – să pătrundă într-o Europă culturală nezdruncinată, transistorică (identificată cu progresul, Iluminismul, raţiunea)"[26] Orientarea este constructivă, „anti-crizistă". În „obsedantul deceniu", literatura va deveni „funcţie terapeutică a eului", propunând chiar „o cultură a eului". Astfel apare „procesul de dedublare de sciziune interioară, cu dublă funcţie: formă de protecţie a eului, a intimităţii şi formă de protest în surdină"[27].

Împotriva ofensivei orizontale a istoriei cu reflexele ei ideologice în literatură, cerchiştii resuscită o verticalitate culturală. Împotriva literaturii patriotice, naţionale, rurale şi ortodoxiste, ei apără miturile raţiuni şi latinităţii, revendicându-se, pe filiera luminilor, de la Şcoala Ardeleană, Titu Maiorescu şi Junimea, de la E. Lovinescu. Dar, în timp ce modernismul lovinescian reprezenta o sincronizare cu spiritul veacului, deci o manifestare pe orizontală, în sincronie, cel al cerchiştilor constituia o „restaurare goetheană", o recuperare pe verticală, în diacronie, a reperelor celor mai solide axiologic şi spiritual. Se urmărea , deci, nu o sincronizare cu timpul lor crepuscular, fragil, ci cu o vârstă de aur (Goethe- Schiller) a spiritului, anulând astfel, la modul borgesian, temporalitatea în literatură. Se viza, deci, actualizarea unor latenţe, şi nu imitarea obedientă a literaturii europene. Se propunea un sincronism cu o Europă arhetipală, culturală. „Ideea politică şi ideea naţională au o bază şi o expresie eminamente sociale, pe când ideea de cultură, deşi le corespunde în măsura în care e contingentă factorilor de civilizaţie, rămâne totuşi legată, în ce are ea suprem şi esenţial, de omul ca individualitate şi ca personalitate. Cele dintâi supun pe om sistemului de încadrare, aceasta fiind funcţia lor intimă şi categorică, în vreme ce creaţia de cultură

[24] *Ibidem*, p.46.
[25] *Ibidem*, p.50.
[26] *Ibidem*, p. 87.
[27] *Ibidem*, p.157.

înseamnă act de libertate şi de afirmare a personalităţii. Şi tocmai fiindcă e mai personal, actul de creaţie spirituală convine unui cerc de receptare şi asimilare mult mai larg, fiindcă răsfrânge ceea ce e mai general, ideea pură a umanităţii. (...) În cultura română, această concepţie de libertate spirituală, neîngrădită de nici un formalism exterior, corespondent al unor interese de ordin naţional, moral sau politic, a fost întronată de Titu Maiorescu, întemeietorul criticii literare româneşti pe ideea estetică."[28]

Apariţia, în contextul tumultuos istoric a Cercului literar de la Sibiu - „inexplicabilă în ordinea oricărui determinism istoric"[29], o formă tipic românească de raportare la istorie (Blaga) - confirmă teoria definirii culturii române ca loc de convergenţă a mai multor paradoxuri, teorie înaintată de Sorin Alexandrescu. Paradoxului simultaneităţii („marile curente succesive al e culturii europene fiind proiectate în cultura română în planul simultaneităţii[30]" – de aici o dezvoltare anamorfotică, deloc organică, după o temporalitate specifică, paralelă cu cea europeană), şi celui al continuităţii- dicontinuităţii culturii române („ direcţia orizontală fiind dată de ruptura din cultura română la începutul şi la sfârşitul secolului XIX, când România se orientează definitiv spre Vest, rupând şi ignorând vechile sale raporturi cu lumea balcanică" [31]), paradoxuri pe care apariţia grupării sibiene le confirmă, acestora le sunt adăugate altele. Militarea pentru autonomia esteticului faţă de ingerinţele etnicului, aparent abstrasă oricăror contingenţe politico- istorice contextuale, devine, în contextul politic românesc, ea însăşi încărcată ideologic, o mişcare de subtilă rezistenţă, un gest contextualizat istoric. Revoluţie fără frondă revoluţionară (cum cea a Şcolii de la Târgovişte), mobilizarea celor de la Sibiu propune o rezistenţă mai subtilă, prin refuzul înscrierii în tiparul timpului opresiv şi optarea pentru utopia unei lumi valorice, atemporală şi aspaţială. „Retrograzi", ei reactivează mitul iluminist al raţiunii într-o vreme în care raţiunea fusese contestată, compromisă şi, în mod cert, demitizată.

Cercul are nostalgia reactivării unui canon umanist: „Cred că direcţia noastră de cultură literară trebuie ordonată pe câteva planuri de clasicitate absolută: bineînţeles, antichitatea greco- latină, (..), marele secol francez, Goethe, Schiller, teatrul romantic german, romanul englez şi cel rusesc, Shakespeare, Cervantes(...)[32].

[28]*Manifestul Cercului literar de la Sibiu*, în I.NEGOIŢESCU, *În cunoştinţă de cauză, texte politice*, Dacia, 1990, p.7.
[29] Petru POANTĂ, op. cit., p.112.
[30] Sorin ALEXANDRESCU, *Paradoxul român*, Ed. Univers, 1998, p.34.
[31] *Ibidem*, p. 35.
[32] Radu STANCA , I. NEGOIŢESCU, *Un roman epistolar*, Ed. Albatros, 1978, p.97.

3. Lecția de soteriologie

„Naşterea Cetății- simbol este o operație dureroasă: ea presupune, implicit, consumarea până la anulare a cetății- obiect.(...)

Oraşul ideal este un mit al sfârşitului. El ilustrează o postistorie: pietrele dislocate prin drama existenței sunt reclădite conform unui nou ritm, care va dicta nu numai perfecțiunea ”spațiului” dar şi pe cea a „vieții” (...)

Cetatea ia ființă printr-o dublă opoziție: prin raportare la Paradis (este imaginea Paradisului, reflectată dincolo de timp) şi prin raportare la istorie (este depăşirea, abolirea istoriei).

O dimensiune a acestui spațiu e timpul. (...)

Între utopie şi cetatea fortificată există adesea o perfectă suprapunere. Şi aceasta pentru că, simbolic sau nu, utopia este o fortăreață”. [33]

La sfârşitul anului 1940, Sibiul devine spațiul de refugiu al Universității „Regele Ferdinand” din Cluj. Treptat, el va deveni, printr-un fel de conversie alchimică, un spațiu securizat metaforic împotriva istoriei. „Cetatea – obiect” (Sibiul real dar şi Clujul pierdut) o dată anulată, „naşterea Cetății-simbol” se impune ca imperativă soluție soteriologică. Sibiul cerchiştilor este un text- fortăreață, o utopie, artefact estetic, manifest pentru abolirea istoriei şi a temporalității opresive.

„În plin dezastru al istoriei concrete se năştea o lume a ”frumosului” absolut, esențial aristocratică, cu apetituri pentru boema rafinată, de salon spiritual. Sibiul este perceput ca un refugiu atemporal, un spațiu securizant, nu atât al individului, cât al culturii însăşi. El devine un topos fantasmatic al urbanului ideal şi compensator.(...) Oraşul devenise un model cultural, un spațiu în care cultura majoră era posibilă. Cerchiştii realizează aici conştiința ofensivei fecunde a esteticului, precum şi a unui centru elitar iradiant, cu un gust artistic rafinat, în opoziție atât cu tradiționalismul provincial al Nordului, cât si cu balcanismul trivial al Sudului.”[34] Pentru I. Negoițescu, valoarea Sibiului stă în seducție.

Departe de istoria dezlănțuită, Cercul îşi revendică drept coordonate pentru o circumferință simbolică, un spațiu şi un timp regresive.

„Sibiul este cetatea umbrelor.” Şi despre umbra timpului vorbea, cu precădere, Radu Stanca. „Lucrurile sunt toate topite în umbră. Faptele sunt toate încolăcite unele în altele. Istoria trece dintr-o încăpere într-alta fără să închidă în urmă-i uşi. Între oameni, corespondențele se suprapun, între vârste, limitele dispar. Totul trece printr-o zodie a sa - zodie specială, *sui-generis*, zodie sublimă. O zodie în care stăpânesc umbrele. Nimic nu e definitiv limitat, nici un contur nu e tras până la urmă, nici un sunet complet

---

[33] Victor Ieronim STOICHIȚĂ, *Efectul Don Quijote. Repere pentru o hermeneutică a imaginarului european*, trad. de Ruxandra Dumitrescu, Gina Vieru, Corina Mircau, Ed. Humanitas, 1995, p.15.

[34] Petru POANTĂ, *op. cit*., p. 33.

încheiat. Pe deasupra Sibiului pluteşte un cer special, care face din bătrâni tineri, din tineri bătrâni, din moderni nişte medievali, din medievali nişte existenţe prezente, vii."[35]

Fiind mai degrabă un spaţiu al morţii (indicat de motivul funerar al umbrelor- reflex – simulacru al lucrurilor), al mortificării timpului real, istoric, reversibil, Sibiul - atanor al unei sensibilităţi specifice, promovează sub aspect temporal, una dintre legile emblematice ale cercului: reversibilitatea sau legea eternei reîntoarceri. Spaţiu ideal al simultaneităţii (postmoderne?), această cetate - utopie a rezistenţei esteticului a catalizat, ca reacţie secundă, ideologia cerchiştilor, născută într-o deliberată izolare de presiunile lumii reale. Barocul reactivat provoacă, pentru început, asumarea unei gesticulaţii subsecvente. De aici, ca strategie poetică, adoptarea posturii „corydoneşti", ostentative a cerchiştilor.

„Deşi elementul coercitiv al peisajului e grădina, (ca natură îmblânzită, constrânsă la artificial, ca artefact- n.n.), totuşi elementul cel mai impresionant e zidul"[36]. Zidul, ca limită între închis şi deschis, ca spaţiu ambivalent al lui înăuntru şi al lui afară, ca memorie a unei consacrări. Numai Sibiul, ca timp spaţializat, palimpsest, putea cataliza doctrina plină de „bogăţie orizontal - intertextuală şi vertical - culturală" a cerchiştilor.

„*Intru-n Sibiu încet ca-ntr-o-ncăpere*
În care e un mort. Pe partea dreaptă
Am zidurile surde de tăcere
Pe partea stângă, inima-nţeleaptă.

În jur văd numai porţi, şi-n porţi ferestre,
Iar în ferestre ochi care mă-nghează.
Intru-n Sibiu domol ca-ntr-o poveste
În care port viziera peste faţă." *(Nocturnă*)

Oraş labirint, al deschiderii succesive (*porţi*, *ferestre*, *ochi*), Sibiul este construit la modul textual (*ca o poveste*), poveste ce necesită însă o lectură filtrată, oarecum obstaculată (cu „*viziera peste faţă*").

„*Stradalele mă-nghit dintr-una-ntr-alta,*
Iar scările mă urcă şi coboară,
De nu mai ştiu: biserica e-n balta
Cerului larg sau ceru-n ea coboară.*"* (*Nocturnă*)

[35] Radu STANCA, *Aquarium. Eseuri programatice*. Selecţia textelor şi cuvânt înainte de Ion Vartic, Ed. Îngrijită de Marta Petreu, Apostrof, 2000, p. 91.
[36] *Ibidem*, p. 91.

Construit pe o dimensiune strict temporală, cetatea- fortăreață a spiritului îşi anulează structurile spațiale. Ca într-o pictură a lui Dali, acestea se lichefiază, încetează a mai fi „fenomene blocate" şi devin fenomene în desfăşurare.

***

„*Căci aceasta e lecția lui Orfeu: poezia, cu incantatoriile ei eficiențe , transmițându-se pe sine, dă lumii şi fiecăruia dintre noi toate dimensiunile existenței , din noaptea ființei, în lumina plină a neființei* "[37].

Din relația poetului cu această „geografie spirituală", topos cultural în care a fost convertit Sibiul, se va naşte, ca soluție la disoluția lumii, balada. „În fond, medievalismul oraşului, de natură barocă, e un construct estetic, actualizat prin filiera romantismului german. El devine, cumva firesc, substanța baladescului"- observa Petru Poantă[38]

Resuscitarea baladescului, ca tip specific de soteriologie, recuperarea unui arhetip cultural, acel nucleu axiologic al tuturor virtualităților literare (în concepția lui Goethe), este una din dimensiunile sintezei spirituale spre care tindeau cerchiştii. „Spre sfârşitul primei jumătăți a secolului nostru, se întâmplă, după Radu Stanca, o mutație culturală, care impune un stil diferențiat de cel tradițional. Împrejurările social- politice determinaseră în etapa anterioară preponderența unui stil istoric, legat de existența inedită, mereu periclitată a neamului. Dominanta istoricistă era prezentă în artă, în literatură, în lingvistică, în drept şi filosofie, oricare din aceste discipline ilustrându-se prin efortul de a-şi defini obiectul, dar şi de a proteja, prin mijloacele ştiinței şi ale dialogului polemic ființa națională în vremuri de nenoroc". O dată cu apariția unui nou peisaj cultural, „din înfruntările pro şi contra tradiționaliste s-a născut, alături de stilul istoric, un stil care ținteşte spre sinteză, stilul filosofic."[39] Trei sunt textele teoretice care circumscriu, complementar, problematica baladei şi a baladescului: *Resurecția baladei*, *Ceva despre tristețe, Versul ultim*.

Epurată de „complexitatea de semnificații pe care o implica poezia- semnificația mitică, magică, eroică, religioasă, morală", în căutarea nucleului poetic „pur", abstras oricăror contingențe, poezia a eşuat prin a-şi revela sieşi neantul. „Poetul a luat purul drept neant. [40]"

---

[37] Ion NEGOIȚESCU, *Însemnările unui cosmopolit*, Ed. Îngrijită de Dan Damaschin, Colecția „Cercului Literar de la Sibiu", Ed. Paralela 45, p.16.
[38] Petru POANTĂ, *op. cit*., p. 94.
[39] Vasile FANACHE, *Eseistul Radu Stanca*, în *Întâlniri* (*Critică şi istorie literară*), Ed. Dacia, 1976, p.19, 20.
[40] Radu STANCA, *op. cit*., p. 109.

Soluția la această criză,[41] soluție propusă în descendența teoriei axiologice, este reactivarea, în sensul ideii de capodoperă, a poeziei – corolă de semnificații simbolice. „O operă de artă va fi cu atât mai aptă de a purta titlul de capodoperă, cu cât semnificația ei axiologică va fi mai complexă. Exclusivitatea estetică nu duce la capodoperă”[42]. Contextul la care se raportează Radu Stanca în teoria epuizării lirismului în estetism, i. e. purism, este mai puțin contextul românesc şi, mai degrabă, o raportare la situația europeană, a modernismului aproape consumat.

Nicolae Manolescu sintetizează, de altfel, peisajul poeziei române de la începutul deceniului 5: „Poezia modernă îşi consumă treptat energiile înainte şi în anii celui de-al II-lea război. În anii ’30 asistăm la epuizarea epigonică a modernismului, (mai ales a aceluia de descendență barbiană), iar după 1940 la o recrudescență a avangardismului. Conflictul dintre ele cunoaşte, între 1945 şi 1947 ultima bătălie a epocii moderne propriu- zise. Istoricizarea poeziei moderne, sub cele două înfățişări ale sale, este un fapt aproape cert la mijlocul deceniului 5.”[43] Ca „replică dată ermetismului şi purismului,”[44] poeții de la Albatros vizau de-poetizarea, resurecția estetică fiind dublată de o resurecție socială, prin descoperirea unui nou limbaj. „Cercul literar, în schimb, se va forma în orizontul altei mentalități, care aparține unui Nord aristocratic. Sudului anarhic, violent şi pătimaş i se vor opune ordinea, bunul gust, gratuitatea şi rafinamentul.”[45] Cercul literar „încearcă să revitalizeze poezia nu întorcând- o la viață, la izvoarele ei sociale şi morale, ci la nişte izvoare lăuntrice, dar vechi şi părăsite: epicul, dramaticul istoricul. Balada şi legenda, poemul dramatic sau narațiunea evocatoare înlocuiesc formele lirice predominante înainte. Lirismului i se caută astfel un conținut obiectiv”[46]

Astfel, salvarea conținutului se face prin salvarea unei forme. Avatar istoric al mitului, balada este cea destinată revelării bogate a lumii, „nu un atac adus chiagului imponderabil al liricului, ci tocmai o nouă emancipare a esențialului împotriva neantului, a substanței împotriva haosului.”[47]

Dar, „a propune într-o artă poetică programatică o resurecție a baladei, nu însemna o întoarcere la forme desuete ale poeziei. Poeții grupului de la

[41]Într-o scrisoare către Nicolae Balotă datată 19 mai 1955, I. Negoițescu întreba şi se întreba : „*Crezi, deci, că singura soluție a crizei în care se află cultura modernă, a autonomiei valorilor, a pluralismului axiologic, cultură ajunsă, după tine, la epuizare, la un sfârşit, s-ar afla într-o barbarie nouă, dar şi într-o nouă perioadă cultică?*” (Nicolae BALOTĂ, *Caietul albastru, , Timp mort 1954-1955, Remember, 1991- 1998*, Ed. Universal Dalsi, 2000, p.84.)

[42] Radu STANCA*, op. cit*., p. 109.

[43] Nicolae MANOLESCU, *Despre Poezie*, Ed. Cartea Românească, 1987, p.227.

[44] Ibidem, p.92.

[45]*Ibidem*, , p 92.

[46] *Idem*, *Metamorfozele poeziei, Metamorfozele romanului*, Ed. îngrijită de Mircea Mihăieş, Ed. Polirom, 2003, p.94.

[47] Radu STANCA, *op. cit*., p. 110.

Sibiu aveau conştiinţa foarte modernă a imposibilităţii unei comunicări naiv-imediate prin poezie, a ambiguităţii structurale a liricii."[48]

Astfel, resurecţia baladei „nu înseamnă întoarcere la forme desuete, ci acordarea formelor câştigate cu formele ce sunt în curs de a fi câştigate."[49] În plus, balada se conformează legii dedublării, a travestirii pe care o presupune actul poetic. „Structura ei funcţională este aceea a echivocurilor. De aceea trebuie găsită mereu o formă corespunzătoare acestei naturi ambigue." După observaţia lui Ştefan Aug. Doinaş, „Baladescul cuprinde toate acele forme ale poeziei în care liricul – refuzându-se ca simplă expresie directă a unei stări afective – recurge la forma indirectă a unei travestiri: travestire care aşază continuu poetul îndărătul personajelor sale, înlocuieşte confesiunea prin naraţie, şi – utilizând toate efectele expresiei lirice – le organizează într-o desfăşurare dinamică, bazată pe conflict şi replică."[50] Balada înseamnă, de asemenea, recuperarea nucleului dramatic conţinut de o „situaţie poetică". Astfel, poezia se naşte din poezie, iar „situaţiile poetice" sunt culese din spaţiul culturii şi nu al realului. Poezia devine, astfel, creaţie palimpsestică, intertext. De aici, din această plurivalentă deschidere culturală, din acest dialog perpetuu pe care poezia îl stabileşte în relaţia sa cu celelalte texte, cu ceilalţi *topoi* literari, dificultatea (generată, desigur, de o perspectivă eronată) a încadrării obstinate a poeziei cerchiştilor într-un curent tutelar. S-au emis diverse ipoteze: neo-clasicismul, barocul, romanticul (în speţă cel german, în descendenţa Goethe- Schiller), manierismul, modernismul, postmodernismul. Dar, aşa cum observa Petru Poantă, preluând o terminologie din *Melancolia descendenţei* a Monicăi Spiridon, creaţia poetică a cerchiştilor (în speţă a baladiştilor) este una de tip cratilic „specificat prin conştiinţa succesoratului, prin melancolia descendenţei."[51]

Cel de-al doilea text care circumscrie teoretic problematica baladescului este *Ceva despre tristeţe.* Pornind de la ipoteza „insuficientului creator" (Goethe), Radu Stanca identifică tristeţea (tipic poetică) drept loc de convergenţă a tuturor sentimentelor în declin.

„Tristeţea nu este altceva decât o stare sufletească oarecare în declin. Ura în declin e tristeţe. Bucuria în declin e tristeţe. Iată de ce marile pasiuni sunt întotdeauna pândite de tristeţe; pentru că la limita lor inferioară

---

[48] Nicolae BALOTĂ, *Labirint*, p 339.
[49] Radu STANCA,*op. cit*., p. 114.
[50] Ştefan Aug. DOINAŞ, *Lampa lui Diogene*, Ed. Eminescu, 1970, p. 81.
[51] Monica SPIRIDON*, Melancolia descendenţei: o perspectivă fenomenologică asupra memoriei genetice a literaturii,* Ed. a II-a, Polirom : „Am numit, aşadar, cratilism, acea nostalgie a originilor care îmbibă toate palierele literaturii de nevoia tiparelor primordialeşi a principiilor întemeietoare de sens." (p.54)

stă mereu aceeaşi matcă esenţială a oricărui afect tensional: tristeţea, adică echilibrul, adică unitarul. "[52]

Stare de echilibru afectiv, tristeţea este şi categorie estetică pentru poezie, unde poate apărea sub trei aspecte: ca atmosferă, ca principiu care poetizează şi ca obiect poetic propriu- zis.

Transferată în zona baladescului, (în special a baladelor lui Radu Stanca) tristeţea devine un „modus operandi" în text. Tristeţea este o categorie estetică cultivată deliberat, prin urmare, un simulacru afectiv, estetizat. De aici impresia travestirii discursului liric, gesticulaţia teatrală, ornamentul afectiv, convenţiile lăsate la vedere. Această tehnică a punerii în scenă a unui sentiment are tocmai rolul şi efectul paradoxal de a simula spontanul.

În descendenţa lui Edgar Allan Poe, Radu Stanca aduce, în *Versul ultim*, un elogiu al categoriei formei în poezie.

„În economia de ansamblu a poeziei lirice, categoria formei reprezintă, întotdeauna, un joc dialectic între aspectul exterior al înlănţuirii verbale şi năzuinţa expresivă a limbajului literar.(...)

Modalitatea dialectică a formei lirice realizează, astfel, prin felul cum suprapune cătuşele stereotipe ale formei fixe pe tensiunea liberă şi nestăpânită a năzuinţei expansive, ceea ce constituie farmecul neaşteptatului, al surprinzătorului în limbajul poetic (...).Poetul uzează, pentru a se realiza pe sine, de un truc. El se supune de bunăvoie unei forme fixe, coercitive, dar în cadrul acestei forme, el introduce în limbajul utilizat o dezordine rebelă." În acest context, „versul ultim este una dintre realizările cele mai caracteristice ale „poantei lirice". „În versul ultim, spiritul caută întotdeauna soluţionarea poeziei"[53]. În fapt, pledoaria pentru *versul ultim* este o pledoarie pentru ludic, pentru poezia ca înscenare a unei emoţii, pentru subminarea coerciţiei date de formă cu teoria lui Goethe referitoare la „forma lăuntrică" a unei opere. Forma poeziei „e ca piatra misterioasă a alchimiştilor, e vasul şi materia pe care o conţine, e foc şi ceea ce îngheaţă"[54] Forma nu este, deci, un dat exterior operei, ci principiul ordonator lăuntric, care generează un nucleu ideatic („foc") şi cristalizează ideea („îngheaţă"). Analizând mitologia lirismului la Eta Boeriu, în *Analize şi sinteze*, I. Negoiţescu propunea şi o altă perspectivă asupra fascinaţiei cerchiştilor pentru formă şi dialog intertextual: „Adânca propensiune spre fenomenul de cultură, luat în sine, s-a manifestat la poeţii Cercului literar şi ca pasiune de a transpune în limba română versuri ce alcătuiau un corespondent spiritual, ca astfel să- şi exercite în plan obiectiv propria singurătate (Radu Stanca – a zăbovit asupra dramaturgiei lui Schiller, Ioanichie Olteanu asupra poematicii intelectualiste a lui Osip

---

[52] Radu STANCA, *Aquarium. Eseuri programatice*. Selecţia textelor şi cuvânt înainte de Ion Vartic, Ed. Îngrijită de Marta Petreu, Apostrof, 2000, p. 26.
[53] *Ibidem*, p. 33.
[54] Apud Gabriela Gavril, *op. cit.*p. 29.

Mandelstam, iar Doinaş şi Negoițescu împreună asupra lui Hölderlin sau Hugo von Hofmannsthal), pasiune nu fără consecințe în gustul lor pentru **formă**, pentru **canoane menite deseori să precipite delirul sensibil** (s.n.)**.**"[55]

4. Euphorion

Întâlnit pentru prima dată la Vergiliu, Corydon, un păstor de o frumusețe seducătoare (s-a spus ca ar fi o „persona" asumată de poet), devine eroul celui mai faimos poem despre homoerotism din literatura latină*, Egloga a doua*, *sau Egloga lui Corydon*. El reapare la André Gide, într-un eseu scris sub forma a patru dialoguri socratice dintre narator şi Corydon, un fost medic ce pregăteşte un text intitulat *În apărarea pederastiei*. În acest text, care a stârnit la data apariției lui o seamă de controverse, text declarat de critici oarecum marginal din perspectiva relevanței estetice, dar considerat de autor ca fiind cel mai important, Gide regândeşte cultura hegemonică Occidentală, examinând influența civilizatoare pe care homosexualitatea a avut-o în societatea greacă. Corydon devine, pentru Cercul literar de la Sibiu, un simbol emblematic al poetului şi al poeziei. În 1916, Bacovia spunea „Sunt cel mai trist din acest oraş." În 1943, Radu Stanca propune un alt registru: „Sunt cel mai frumos din oraşul acesta." „La începutul „coborârii sale , Orfeu este un estet rafinat, decadent, un om de lume. E un poet tardiv, un modern din faza agonică a modernității. Ştie prea bine că arta sa este un gest inutil, act gratuit, că e mai degrabă speculație decât expresie directă. (...) Trecerea sa „dincolo" este cea de la condiția estetului, la cea a artistului. Poetul trece de la poezia ca gest gratuit, la poezia cultică, de la sterilitatea poetului tardiv, la o fecunditate originară. În primul Orfeu întrevăd ceva din figura lui Radu Stanca, aşa cum l-am cunoscut la Sibiu, în 1943, în perioada în care clama „Sunt cel mai frumos din oraşul acesta."[56]" Balada *Corydon* se recomandă drept „manifest existențial - estetic al „omului cerchist" , imagine extremă a proiectelor sale fantasmatic- deformatoare. (...) Nimic nu putea fi mai şocant în Sibiul anilor '40 decât această imagine monstruos- estetizantă a ființei umane. Ea nu satisface, bineînțeles, toate disponibilitățile afective şi ideologice ale grupării cerchiste dar îi polarizează cel puțin impulsurile estetizante, manierist- dandyste. Altminteri, ca persoane civile, membrii Cercului aparțin onorabilei intelectualități burgheze ardeleneşti, extrem de mândră de vitalitatea tradiției ei recente. Scriitorii (...) sunt în genere de dreapta: dandysmul lor, când există, nu depăşeşte nostalgia unui anume aristocratism, nu se manifestă ca revoltă împotriva clasei originare. Ca fenomen social, el are un sens pozitiv- citadin, anti-rural şi anti-provincial. De aceea a şi putut fi confundat cu principiul elementar al autonomiei esteticului. Interesant e că substratul „bizar",

[55] I. NEGOIȚESCU, *Analize şi sinteze*, Ed Albatros, 1976, p. 42.
[56] Nicolae BALOTĂ, *Caietul albastru*, p.105.

„extravagant” al Cercului l- au intuit chiar opozanții lui. Sintagma anatemică „esteții din Ardeal” denunța, inconştient, nu atât o ideologie literară, cât o metafizică a „creatorului” însuşi. Contemporanii clasicizanți simt acțiunea „deformatoare” a cerchiştilor, însă, în lipsa unei educații estetice adecvate, o divulgă drept erezie politico- ideologică.”[57]

Aşa cum observa şi I. Vartic, „în condițiile socio-politice ale deceniului 5, voința manieristă de a şoca se limitează, aproape integral, la programul estetic.”[58] Dacă Negoițescu e cel care se camuflează în pasiunea pentru „ideea” manieristă, Stanca e cel care plăsmuieşte figura manieristă, archimboldiană a literaturii noastre. „I. Negoițescu - observă criticul - aparține tipologiei omului şi artistului manierist, configurată de Hocke: componenta feminină, artificialul, anti-naturalul, labilitatea nervoasă, individualismul acut, sciziunea interioară, impulsul către deformare, melancolia, egocentrismul, rebeliunea continuă, subiectivismul, erotismul invertit, plăcerea de a se travesti, dandysmul. (...) În esență, manierismul are cultul exacerbat al diferenței. El vrea mereu să producă stupefacție, atât prin comportamentul social, cât şi prin creația sa. Îşi dezvăluie scandalos intimitatea, în aceeaşi măsură în care se travesteşte, căci autenticitatea sa stă în extravaganță.” *Corydon* pare un elogiu adus artificialității. „Trecerea prin burg (...) devine echivalentul unei intrări în scenă. (...) Monologul joacă rolul oglinzii, în fața căreia, spunea Baudelaire, dandy-ul e condamnat să trăiască. Este dovada narcisismului, dar şi a neliniştitoarei absențe a celuilalt, a alterității în funcție de care ființa se poate cu adevărat defini.”[59] De altfel, formula pe care Baudelaire o propunea dandysmului este adecvată şi apariției Cecului în contextul literaturii române: „ultima zvâcnire de eroism în vremuri de decadență.” Adriana Babeți, în studiul său consacrat dandysmului, atrăgea atenția asupra semnificației oglinzii şi a dialecticii suprafață – profunzime: „... acolo, în oglindă, se consumă unul dintre cele mai neaşteptate paradoxuri. În modernitate, catoptricul e zona dublului sens, aşa cum îl trăieşte Alice, „În ce sens? În ce sens?” (...) Sau cum îl defineşte Valéry, scriind celebra propoziție: „pielea – suprema profunzime.” Sau cum îl teoretizează Michel Foucault, Jacques Lacan, Gilles Deleuze, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida şi, până la urmă, un întreg program al postmodernității, sugerând nu că dincolo de suprafață s-ar afla o profunzime, ci că ea, suprafața, este în sine-şi, profunzime.(...) Dacă acceptăm că Dandysmul este una dintre formele de manifestare a modernității, atunci şi în cadrul său, dihotomiile tradiției metafizice

---

[57] Petru POANTĂ, *op. cit*., p.31.
[58] I. VARTIC, în Prefața la I. NEGOIȚESCU, *Straja dragonilor*, Biblioteca Apostrof, epilog de Ana Mureşan, Ed. îngrijită şi prefațată de I. Vartic, 1994, p5.
[59] Gabriela GAVRIL*, op. cit*., p.36.

(aparență/ esență, unu/ multiplu, suflet/ trup) sunt neutralizate."[60] Ovidiu Cotruş observa: „Poate că însuşi dandysmul nu este decât o formă minoră de decadentism, sau, ca să folosim terminologia baudelairiană, de satanism." În ceea ce priveşte masca, pentru decadent, aceasta este un semn al excepției, o (în analiza lui I. Vartic la Mateiu Caragiale) „mărturie plastică a ființei sale posedate de frumos."(Iar *Corydonul* lui Radu Stanca poartă toate stigmatele ipostaziate ca ornamentație a acestei posesiuni).

„Dandy-ul de la finele secolului 19 până după primul război mondial poate fi interpretat şi ca hieroglifă a modernității, în toate ipostazele sale, inclusiv în cea postmodernă, ale cărei principii dandysmul le conține."[61] Adriana Babeți vede dandy-ul ca figură anticipatorie a modernității târzii, fapt ce confirmă unul dintre paradoxurile modernității: hipeinvestirea eului merge mână în mână cu „dezafectarea marilor sisteme de sens". În noul veac, dandysmul este „hârtia de turnesol, revelatorul subtil al fețelor modernității din noul veac." „Pe de o parte sunt încă vii ecourile decadentismului, cu tot ceea ce adusese acesta, atât ca tendință specifică oricărui final de ciclu istoric: degradare a structurilor sociale, morale, crepuscul al unei lumi, agonie a unui sistem, criză generală a valorilor, cât şi ca program estetic de la finele veacului 19 şi începutul secolului 20: negativitate, cult violent al inovației, spirit rafinat şi „corupt", devitalizare, exacerbare a formei. Stilistic se înregistrează pe această filieră, ceva paradoxal: o nostalgie a clasicului. Un neoclasicism „frenator", oarecum compensatoriu pentru excesele modernității, coexistă într-unul şi acelaşi autor, într-una şi aceeaşi operă, cu forme de o modernitate radicală, devastatoare. Recuperarea mitologiei greco- latine pe toate meridianele „noului stil" poate să surprindă un ochi neavizat."[62] E ceea ce autoarea numeşte „dandysm neoclasic", înclinația pentru un anacronism delicat.

Cultivând cu adevărat o poetică subsumată „phantasiei", Radu Stanca pare a urmări finalitatea pe care şi-o însuşiseră ca program manieriştii: „E del poeta, il fin, la meraviglia". Miza fantasticei puneri în scenă din *Corydon* este surprinderea uimirii, căci, „cei care, fascinați, îl privesc, sunt ei, de fapt, cei priviți." Fantezia lui Radu Stanca trebuie înțeleasă aşa cum intuise şi Doinaş[63], în sens baudelairian, drept „capacitate de a produce irealul."(„Corydon, în înfățişarea sa, de un exhibiționism baroc, construind o pavăză pentru ființa sa intimă, atât de greu de definit: om sau floare, sau "numai un turn rătăcit între case."[64]") O cheie a baladei o dă chiar Negoițescu, referentul implicit al lui *Corydon*, în fragmentul de proză [*Din Jurnalul lui Paul*], în care echivalează gratuitatea voluptății artei de voluptatea gratuită a iubirii:

---

[60] Adriana BABEȚI, *Dandysmul: o istorie*, Polirom, 2004, p. 165.
[61] *Ibidem*, p. 176.
[62] *Ibidem*, p. 94.
[63] Ştefan Aug. DOINAŞ, *Lampa lui Diogene*, Ed. Eminescu, 1970, p. 82.
[64] *Ibidem*, p.84.

„Citesc în Pascal: „ Les riviéres sont des chemins qui marchent et qui portent ou l'on veut aller.” Şi aceasta, din întâmplare, când am terminat lectura lui *Corydon*, în care Gide dă un impuls puternic elocinței sale asupra amorului fără nume, prin încrustări pascaliene.(...) Teza lui *Corydon*, e cea a moralismului pederastiei. (...) În fiecare dintre ele [amorul hetero sau homo], omul caută farmecul actului gratuit: voluptatea. Această voluptate stă la îndemâna întregii specii, spre bucuria într-adevăr unică şi de esență cosmică a fiecărui om, identică aceleia a actului artistic, ce tot din voluptate se întrupează, însă rămâne apanajul unor aleşi, care pot trăi această ipostază.”[65] „...nimeni nu va îndrăzni gestul de refuz *artei, cea mai „monstruoasă” aberație sexuală, lipsită total de obiect şi finalitate, întrupată numai din jocul imagistic, din atingerile ideale.*(s.n.)” Şi concluzionează: „Ce semnificativ trebuie să fie faptul că acest autor e singurul clasic, stăpân al unui perfect echilibru interior, în mijlocul epocii sale decadente.”[66] Negoițescu însuşi îşi surprinde un profil decadentist: „Dacă e adevărat că eram deosebit de sensibil la deformarea (defăimarea) naturii şi la extravaganță, nu e însă mai puțin adevărat că trăiam profund şi sincer tot ceea ce se chema – atât de impropriu – „decadent” şi ceea ce constituia fondul meu autentic.”[67] Se declară atras de Picasso, „ale cărui monstruozități mă făceau să mă înfiorez de plăcere.”, totul convergând , deci, spre „decadentismul meu cosmopolit.” Dintre cele trei ipostaze ale eului criticului, „ego”, „alter ego” şi „alter nego”, ultima se delegă drept sinteză simbolică (negativă) a primelor două. Tot Negoițescu e cel care a caracterizat poate cel mai plastic spiritul baladesc al lui Radu Stanca: distanțare fină, filtrare estetică, orgie imaginativă, ironie crepusculară.

5. Euphorion

Fabuloasa călătorie a lui Faust şi Mefisto în trecut, până în Grecia antică are ca scop cunoaşterea de către Faust a iubirii absolute, întruchipată de Elena. Euphorion devine, în acest context, întrupare a setei de absolut. Etimologic, „euphorion ” înseamnă „purtătorul de bine”, fiind o creație artificială, asemenea homununcului creat de Wagner, demonstrându-şi imposibilitatea ontologică, efemeritatea. Dacă acest Euphorion goethean[68], însumând „spiritul grecesc, apolinic şi fausticul modern al europeanului, adică dinamismul, avântul nesăbuit” e „mânat spre dezastru”, sortit pieirii, deoarece preponderent

---

[65] I. NEGOIȚESCU, *Primăvara elvețiană şi alte proze*, Ed. Paralela 45, Ed. îngrijită de Ioam Milea, 1993, p.127.
[66] *Ibidem*, p. 128.
[67] Nu întâmplător, Negoițescu ține să explice: „Ceea ce pare teatralitate celor dimprejurul meu, e singurul fel adevărat în care pot trăi.”(*Un roman epistolar*, p. 70)
[68] În *Însemnările unui cosmopolit*, Negoițescu îl identifica pe Byron în imaginea tragică a lui Euphorion: „Goethe s-a entuziasmat de figura lui Byron, al cărui destin l-a imortalizat, ca simbol, în tragica apariție a lui Euphorion.”

se dovedeşte caracterul tumultuos, irațional modern, idealul cerchiştilor vizează „acel Euphorion inițial al lui Goethe, în care s-au armonizat ordinea, măsura, regula grecească şi fausticul – romanticul germanic." Nicolae Balotă oferă, deloc în contradicție cu viziunea lui Negoițescu, o altă interpretare a lui Euphorion: „... cu totul altfel decât în viziunea mai veche a Cercului literar, Euphorion era pentru mine un simbol al morții şi transfigurării artei şi a artistului."[69] „Faust, construcție poetică finală a unui eon poetic, cuprinde un „cântec" asupra destinului, morții şi transfigurării lui Euphorion.(...) Euphorion e întrupare a Geniului, apariție efemeră căutând să evadeze dintr-o lume profană în cea sacră a originilor şi destinului său." Consemnat al tainei, „ el întrupează taina naşterii Poeziei." „Faun neanimalic, el e o figură ambiguă: elementar naturală şi în acelaşi timp pur spirituală, unind mediatul cu imediatul." „Poeții sunt priviți, în spațiul romantic, după chipul şi asemănarea misticilor medievali, drept ființe ce îşi ies, neîncetat, din „fire". Mitic, Euphorion e un fiu al Focului. Poezia se naşte, într-un sens, din poezie; arta se naşte din descompunerea artei."[70]

Proiectul euphorionic al cerchiştilor pare a descinde din noul stil al secolului, stilul filosofic, cel care ținteşte spre sinteză, stil de care vorbea Radu Stanca. Revelația euphorionistă a sintezei vine din revelația imperativului schillerian al artei, al frumosului cu finalitate morală. „Unei creații, ca să fie într-adevăr o mare creație, nu-i ajunge doar valoarea estetică, din ea trebuie să se reverse o reală bogăție axiologică." „Euphorionismul e poate ultima soluție de europenism. Existențialismul e o copilărie, un țipăt isteric, o agonie...Naturalismul răsăritean: o agonie a romantismului, ca şi existențialismul. (...) Nu vom mai fi coada unui *ism* occidental, ceea ce au făcut românii mereu în suta lor şi jumătate de ani de „civilizație".(...) După cum spune Spengler, civilizația urmează unei culturi. Rolul nostru este de a face să urmeze civilizației de „împrumut" a românilor, o cultură euphorionistă."[71] Şi, în altă parte: „Toate decăderile romantice contemporane, semne ale crizei şi dezastrului, cum naturalismul şi suprarealismul etc. sunt consecințele acelei rupturi din Euphorion. Noi propunem restaurarea goetheană. Poezia Cercului e pe această linie. Iar delimitările noastre între genuri şi între valori au acest sens."[72] Prin țelul asumării celor două modele simbolice ale spiritului european (apolinicul şi fausticul), cerchiştii vădesc „conştiința fecundă a descendenței culturale, a cărei finalitate este ambiția sintezei, sinteză fundamentată într-un mit

[69] Nicolae BALOTĂ, *Euphorion*, Eseuri, ed. a II- a revăzută şi adăugită, Ed. Cartea Românească, 1999, p. 94.
[70] *Ibidem*, p.305.
[71] I. NEGOIȚESCU, Radu STANCA*, op. cit*., p 46.
[72] I. NEGOIȚESCU, Radu STANCA, *op. cit*., p.41.

livresc, acela al goetheanului Euphorion”[73], disociindu-se tacit de teoria lovinesciană a sincronismului, „dovedind o abordare circumspectă a spiritului veacului”, depăşindu-l, de altfel, dintr-o perspectivă mai înaltă, aceea a „nostalgiei arhetipului cultural”. „Negoiţescu nu propune de fapt restaurarea unui clasicism doctrinar, ci nişte modele „clasicizante”, care au ca numitor comun europenitatea, respectiv universalitatea, dobândită prin amploarea axiologică.”- observă Petru Poantă. „Euphorionismul este utopia culturală a Cercului literar, dar una retroactivă, recuperatoare. Criticul vizează marile goluri din cultura română (goticul, clasicismul şi barocul), „restaurarea goetheană” însemnând recursul la un model clasic, la o tradiţie literară europeană.”[74] „...E o acţiune de recuperare şi implantare în literatura română a unor constante esenţiale, o acţiune de reordonare şi europenizare a ei.(...) Euphorionismul înseamnă o întoarcere la mari valori ce au primit o clasicitate absolută, deci la un spirit al europenismului care funcţiona ca normă estetică, morală, ontologică. Euphorionismul reprezenta, deci, o cale de acces deocamdată potenţială, către ethosul occidental...”[75]

Pe lângă baladă, ca întruchipare a euphorionismului, teatrul era formula prin care se putea actualiza, plenar şi semnificativ, proiectul cerchiştilor, tocmai datorită complexităţii axiologice ce decurge din statutul acestuia de „artă totală”. Conceptul resuscitat era tragicul, nu numai ca „o categorie estetic- existenţială prin care creaţia unui popor devine într-adevăr majoră”[76], ci ca semn al unei mutaţii ale valorilor estetice, generate de o epocă devenită tragică. Dacă drama privea individualul, tragedia reflectă totalul; „în dramă eroul plânge”, „în tragedie eroul deplânge”[77]. Iată de ce, problema tragicului se revelează a fi „o problemă de timp, nu de formă”.[78] Ideea tragicului îşi avea sursele în estetica lui Schiller şi în general în „idealismul utopic” al Sturm-und-Drang–ului. În corespondenţa dintre cei doi prieteni, care reactivau, peste timp, prietenia Goethe - Schiller, Negoiţescu era convins că tragediile lui Radu Stanca urmau să compenseze fericit un deficit al culturii româneşti, absenţa unui clasicism. „Pentru Cercul literar de la Sibiu, rememorează Doinaş [79], „problematica tragicului a constituit, poate, obiectul teoretic cel mai îndelung dezbătut: (...) noi vedeam în tragic o dimensiune fundamentală a vieţii şi artei.” Doinaş însuşi s- a arătat preocupat de esenţa

---

[73] Petru POANTĂ*, op. cit*., p. 84.
[74] *Ibidem*, p.89 ”La un asemenea nivel al „afilierii generice”, prioritatea o deţine atitudinea creatoare, dar una care nu mizează pe originalitatea naturală, ci pe scenariul devierilor paradigmatice (pe reprezentările „teatrale ” cu metamorfozele şi dedublările lor aferente)”.
[75] Ion VARTIC, *Trei schiţe de portret*, în Prefaţa la I. NEGOIŢESCU, *Straja dragonilor*, p.14.
[76] Petru POANTĂ, *op. cit*., p.128.
[77] Radu STANCA, *op. cit*. 178.
[78] *Ibidem*, p. 175.
[79] Şt. Aug. DOINAŞ, „Tragic şi demonic”, în *Lectura poeziei*, 1980, p123.

tragicului, în lucrarea *Tragic şi demonic* din 1948, lucrare ce ar fi constituit teza de licenţă în Filosofia culturii la Lucian Blaga, „dacă disciplina şi profesorul n- ar fi dispărut în 1948.”: „... excursul meu de- a lungul istoriei tragediei – care trebuia să dovedească justeţea ideii personale, că evoluţia genului are loc prin treptata reducere a tragicului şi prin neîncetata potenţare a demonicului, că dacă lumea antică e un univers al tragicului în care se manifestă forţe demonice, lumea noastră, în schimb, e un univers străbătut de demonii cu caracter tragic, s-a oprit înainte de Sofocle.” Pentru Doinaş, „tragicul nu se poate înţelege în afară de problematica destinului”, iar „destinul trebuie înţeles ca ceva care se opune necesităţii cauzale, deci în sensul unui concept care contrazice conceptul de lege”. „...Desigur că impresia de tragic se aflǎ complet anihilată într-un cosmos monist şi mecanic în care se exprimă o fatalitate oarbă, într-un cosmos în care nimicirea eroului ar fi ori accident, (...) ori lege absolut necesară.(...) Pentru ca tragicul să existe, lumea trebuie să cunoască libertatea”.

Retrospectiv, în 1995, Ştefan Aug. Doinaş puncta sintezele culturale vizate de cerchişti: „Patru au fost sintezele pe care am năzuit să le realizăm. În primul rând, o simbioză clarificatoare între o primă direcţie critică- conţinută prin raportare la Junimea maioresciană, şi o altă direcţie creatoare, inspirată din cenaclul „Sburătorului” lovinescian. În al doilea rând, similitudinea demersurilor tradiţionale şi moderne din istoria culturii noastre, înţelese ca unic şi fertil metabolism al spiritualităţii româneşti în plină afirmare de sine (...). În al treilea rând, am încercat să fim universali, rămânând în mod necesar fideli geniului nostru naţional, convinşi că orice deschidere spre lume trebuie pusă în valoare printr-un ethos propriu.(...) În fine, ne- am străduit să stabilim un raport de o inegalabilă frumuseţe: acela al echivalenţei între om şi creator, de echilibru între etic şi artistic.”

„Ca simbol bogat şi cerchist”, notează Balotă, preluând sintagma lui Negoiţescu, „Euphorion reprezenta o exacerbare a facultăţilor creatoare, un mod paroxistic de a exercita creativitatea în condiţiile exterioare cele mai vitrege ale interzicerii ei. Pentru Negoiţescu, perioada aceea a lecturilor filosofice, perioadă în care îi scria lui Radu Stanca, în legătură cu Euphorion: „eu numai pentru el mă pregătesc”, nu era una de revoltă avangardistă. Dimpotrivă, Euphorion nu se pregătea să fie o nouă avangardă. De la începuturile sale, compunând *Povestea tristă a lui Ramon Ocg,* tânărul Negoiţescu practicase, fără să ştie, un fel de suprarealism. (...) Pentru Negoiţescu, Euphorion era de cea mai pură esenţă clasică. Visul său euphorionic viza fundamentarea clasicismului românesc. Formulele prin care-l circumscrie ca „restaurare goetheană”, „realism clasic”, „realism ideal” şi altele se înscriu într-un program năzuind spre o „clasicitate absolută”. (...) Ca şi goetheanul Euphorion, fiul lui Faust şi al Elenei, născut din conjuncţia spiritului antic cu cel modern, şi acest Euphorion purta

în sine destinul înălțării, al zborului în preaînalt şi al prăbuşirii înainte de împlinire. Era ceva utopic, icarian în idealul acesta, menit să se destrame". Euphorion, concluzionează Balotă, a fost „copilul florilor noastre onirice" care „ se hrănea din proiecția noastră în absolut." „ Nu, nu s-a născut acel Euphorion comun. Sau dacă s-a născut, a murit tânăr, o dată cu tinerețea noastră. Ceea ce germinase deja în fiecare din noi, dar avea să dea rod şi mai ales să iasă la iveală mult mai târziu, erau lucrările noastre individuale, ce depăşeau simbolul care străjuise cândva, într-un timp revolut, geneza lor."[80]

6. Corydoni în aparență, euphorioni în esență

În încercarea de a proiecta o estetică abisală, Gustav René Hocke distingea, între arhetipurile spiritului european polaritatea dată de *sublimarea clasică*, pe de o parte, şi *dezvăluirea manieristă,* pe de altă parte, de formă dar şi de reversul ei în negativ, deformarea. Într-un mod subtil, Cercul literar de la Sibiu pare a se înscrie pe coordonatele acestei duble mişcări, dar intr-un raport răsturnat al aparenței şi al esenței: ostentație, dandysm, meraviglia, dionisiac, corydonism, la suprafață, - sinteză, clasicism, echilibru, apolinic, euphorionism, în adâncime. S- a observat, în mişcarea de coagulare a cercului, o translație de la atitudinea ideologică a *Manifestului*, la programul utopic al euphorionismului ulterior, de la „ Dacă însă pe aceasta [valoarea estetică] n-o cuprinde, ea e nulă ca operă de artă" la „..unei creații, ca să fie într-adevăr o mare creație, nu-i ajunge doar valoarea estetică, din ea trebuie să se reverse o reală bogăție axiologică".

„Față de *Manifest*, euphorionismul constituie o schimbare semnificativă de accent: (...). Programul clasicist preconizat ar trebui să repudieze subiectivul, or acesta din urmă poate fi totuşi regăsit în euphorionism. Căci în ecuația euphorionistă aflăm întotdeauna modelul (măsura clasică) şi deformarea lui în subiectiv (fausticul, romanticul german), aşadar, nu un nou clasicism, ci un manierism, unul al clasicismului"[81] N. Balotă, atestă şi el existența unei astfel de mutații în definirea cerchiştilor: „Dacă în *Manifestul Cercului literar de la Sibiu* din 1943, Negoițescu pleda pentru disocierea tranşantă dintre valori şi, în special, pentru disocierea valorii estetice de celelalte valori, denunțând confuzia dintre ideea estetică, cea etică, cea etnică, promovând primatul esteticului, ceva mai târziu, în ceea ce am numit deceniul euphorionic (1946- 1955), ideea pe care o împărtăşim cu toții, pe care Nego o repeta deseori, era aceea că viziunea noastră estetică trebuie să fie o viziune morală. Contradicțiile între Negoițescu din *Manifestul Cercului literar* şi cel euphorionic, sau dintre acesta şi cel de mai târziu considerat un paladin al esteticului pur? Da şi nu. Contradicțiile nu lipsesc în devenirea noastră. (...) Dar, referitor la contradicția dintre

[80] Nicolae BALOTĂ, *op. cit.*, p. 38.
[81] Ion VARTIC, în Prefața la I. NEGOIȚESCU, *Straja dragonilor*, p.15 .

disocierea necesară a valorii estetice de celelalte valori şi conjugarea ei nu mai puțin necesară cu valoarea morală, trebuie să remarc că acea disociere- pusă de cerchişti sub semnul tutelar al lui Maiorescu, s-a produs în fața confuziei dintre planurile politice şi cele culturale. Confuzia fusese evidentă în exaltarea etnicului, a naționalismului din epoca războiului, şi urma să fie cu atât mai vădită în subordonarea până la subjugare a culturii de către politicul monstruos hipertrofiat din epoca comunistă."[82]

De la Corydon, „manifestul existențial estetic al „omului cerchist", imagine extremă a proiectelor sale fantasmatic- deformatoare"[83], la Euphorion, imagine utopică a sintezei spiritului european, scindat între măsura apolinic-grecească şi exaltarea romantic- faustică, mişcarea e iluzorie; ea nu presupune saltul pe care îl ipostaziază geometric spirala, ci coexistența, regăsibilă în imaginea geometrică a cercului. Definit din perspectiva celor două imagini tutelare (Corydon şi Euphorion), Cercul ni se revelează ca un *Ianus Bifrons*. „Dincolo de Appolon sau Dionysos, sau Orfeu, - spirite tutelare ale poeziei – lirica modernă este voință de obscuritate şi voință de revelare"- observa N. Balotă. Pentru noua paradigmă, implică şi explică autorul, figura tutelară ar trebui să fie Hermes – „mesager al zeilor, protector al explorărilor, cel care deține cheile, care închide sau deschide, dublul crepuscul al serii şi al dimineții; este interpretul ordinelor „de sus", zeu teopomp al cuvântului şi elocinței, dar şi herald al infernului, zeu psihopomp conducând sufletele sau readucându-le din cele „de jos"."[84]

BIBLIOGRAFIE

1. ALEXANDRESCU, Sorin, *Paradoxul român*, Ed. Univers, Bucureşti, 1998, 336 p.
2. BABEȚI , Adriana, *Dandysmul: o istorie*, Polirom, Iaşi, 2004, 432 p.
3. BALOTĂ, Nicolae, *Caietul albastru*, *Timp mort 1954- 1955, Remember, 1991- 1998*, Ed. Universal Dalsi, 2000
4. BALOTĂ, Nicolae, *Euphorion, Eseuri*, ed. a II-a, revăzută şi adăugită, Ed. Cartea românească, Bucureşti,1999, 699 p.
5. BALOTĂ, Nicolae, *Labirint*, Ed. Eminescu, Bucureşti, 1970, 430 p.
6. CORDOŞ, Sanda, *Literatura între revoluție şi reacțiune. Problema crizei în literatura română şi rusă a secolului al XX- lea,* Ed. a II- adăugită, Biblioteca Apostrof, Cluj, 2002, 284 p.
7. CROHMĂLNICEANU, Ovid S., HEITMANN, Klaus, *Cercul literar de la Sibiu şi influența catalitică a culturii germane*, Universalia, Bucureşti, 2000, 431 p.
8. DOINAŞ, Şt. Aug., *Lampa lui Diogene*, Ed. Eminescu, Bucureşti, 1970, 367 p.

---

[82] Nicolae BALOTĂ, *Euphorion*, p. 38.
[83] Petru POANTĂ, *op. cit*. , p.29.
[84] Nicolae BALOTĂ, *op. cit*., p58.

9. DOINAŞ, Şt. Aug., *Lectura poeziei*: *urmată de Tragic şi demonic*, Cartea Românească, Bucureşti, 1980, 501 p.
10. DOINAŞ, Şt. Aug., *Orfeu şi tentațiile realului*, Ed. Eminescu, Bucureşti, 1974, 285p.
11. FANACHE, Vasile, *Întâlniri (Critică şi istorie literară)*, Dacia, Cluj, 1976, 236 p.
12. GAVRIL, Gabriela, *Cercul literar de la Sibiu. De la Manifest la Adio, Europa!, Radu Stanca, I. Negoițescu, Şt. Aug. Doinaş, Ion D. Sârbu*, Fides, 2001, 256 p.
13. HOCKE, Gustave René, *Manierismul în literatură, Alchimie a limbii şi artă combinatorie esoterică; Contribuții la literatura comparată europeană*, în rom. de Herta Spuhn, prefață de N. Balotă, Ed. Univers, 1977
14. MANOLESCU, Nicolae, *Despre poezie*, Ed. Cartea Românească, Bucureşti, 1987, 248 p.
15. MANOLESCU, Nicolae, *Metamorfozele poeziei*, Editura pentru literatură, Bucureşti, 1968, 140 p.
16. NEGOIȚESCU, I., *Alte însemnări critice*, Cartea Românească, Bucureşti, 1980, 224 p.
17. NEGOIȚESCU, I., *Analize şi sinteze*, Ed. Albatros, Bucureşti, 1976, 314 p.
18. NEGOIȚESCU, I., *Despre E. Lovinescu*, Colecția „Cercul Literar de la Sibiu", ediție îngrijită şi note de Dan Damaschin, Ed. Paralela 45, 1999, 127 p.
19. NEGOIȚESCU, I., *Din însemnările unui cosmopolit*, Ed. îngrijită de D. Damaschin, Colecția „Cercul Literar de la Sibiu", Ed. Paralela 45, 1999
20. NEGOIȚESCU, I., *Istoria literaturii române*, Ed. a II-a, Dacia, Cluj, Vol. I, 450 p.
21. NEGOIȚESCU, I., *Ora oglinzilor:* pagini de jurnal, memorialistică, epistolar şi alte texte cu caracter confesiv, Dacia, Cluj, 1997, 196 p.
22. NEGOIȚESCU, I., *Primăvara elvețiană şi alte proze*, ed. îngrijită de Ioan Milea, Ed. Paralela 45, Piteşti, 1999, 134 p.
23. NEGOIȚESCU, I., *Straja dragonilor*, epilog de Ana Mureşan, Ed. îngrijită şi prefață de I. Vartic, Biblioteca Apostrof, Cluj, 1994, 224 p.
24. NEGOIȚESCU, I.,STANCA, Radu, *Un roman epistolar*, Ed. Albatros, 1978
25. REGMAN, Cornel, *Dinspre „Cercul literar" spre „Optzecişti"*, Cartea Românească, Bucureşti, 1997, 303 p.
26. Revista Cercului Literar, Restituire integrală a publicației, Ed. îngrijită de D. Damaschin, prefață de Petru Poantă, Dacia, Cluj, 2002
27. Secolul 21, Publicație periodică de sinteză, nr. 1-6, 2003, editată de Uniunea scriitorilor din România şi Fundația Culturală Secolul 21
28. SPIRIDON Monica, *Melancolia descendenței: o perspectivă fenomenologică asupra memoriei genetice a literaturii*, Ed. a II- a, Polirom, Iaşi, 2000, 264 p.
29. STANCA, Radu, *Aquarium. Eseuri programatice*, Selecția textelor şi cuvânt înainte de I. Vartic, ed. îngrijită de Marta Petreu, Biblioteca Apostrof, Cluj, 2000
30. STANCA, Radu, *Versuri*, Îngrijirea ediției, prefață, note şi comentarii de Monica Lazăr, Dacia, Cluj, 1980
31. VARTIC, I., Radu Stanca. *Poezie şi teatru*, Ed. Albatros, Colecția „Contemporanul nostru", 1978, 198 p.

STRATEGII DE MANIPULARE ÎN PRESĂ (II)

LIANA OTILIA PĂTRAŞ*

Mijloace morfo-sintactice de manipulare

Capitolul de faţă va urmări dominantele morfo-sintactice care conduc la o manipulare a cititorului de către jurnalist. Pornind de la folosirea abuzivă a anumitor categorii morfologice, mergând până la dispunerea categoriilor sintactice în propoziţii şi a enunţurilor în fraze, analiza va încerca să demonstreze că informaţiile sunt calificate şi ierarhizate atât de divers, încât ştirile capătă variate semnificaţii, de la un text la altul. Ne vom folosi de aceleaşi articole studiate în capitolul precedent, pentru a putea obseva mai clar diferenţele de redactare. Analiza va fi prefaţată de o privire de ansamblu asupra poziţiei ştirilor în paginile ziarelor şi asupra spaţiului acordat de publicaţii aceloraşi evenimente.

1. Sondajul de opinie, prezentat în prima parte a capitolului anterior, apare, fără excepţie, în paginile de *Politică* ale cotidianelor. Ziarele rezervă în general câte o rubrică separată acestui domenui, astfel încât distincţia la nivelul numărului de pagină este mai puţin semnificativă[1]. Remarcăm însă diferenţe în modul de plasare a articolelor în interiorul paginilor. În vreme ce ziare precum *Adevărul (A1), Curentul (C1), Ziua (Z)* acordă suficient spaţiu atât textului, cât şi prezentării grafice, aşezându-le în partea stângă-sus a rubricilor, *Evenimentul zilei (EZ1)* se limitează la o ştire de câteva rânduri, dispuse sub formă de coloană spre colţul din dreapta-jos al paginii[2].

În teoriile jurnalistice, sunt cunoscute câteva reguli generale de tipărire a informaţiei, astfel încât aşezarea unui articol într-un anumit loc nu este întâmplătoare. Edmund C. Arnold[3] (3), care a conceput design-ul pentru zeci de ziare din Statele Unite şi Canada, distinge mai multe criterii după care este orientată atenţia cititorului la lectura unei publicaţii: *aria optică primară*, care presupune că în orice pagină tipărită punctul de plecare este colţul din stânga-sus; *aria terminală*, dispusă spre partea dreapta-jos a paginii, care reprezintă punctul final al lecturii; între aceste două puncte se poate trasa o *diagonală a lecturii*, care reprezintă modul obişnuit de citire a unei pagini[4]. Autorul susţine că,

---

* Jurnalistă Realitatea TV, Bucureşti

[1] Chiar dacă *Adevărul (A1)*, *Curentul (C1)*, *Ziua (Z)*, plasează sondajul în pagina a II-a, iar *Evenimentul zilei (EZ1)*, în pagina a IV-a, o astfel de ierarhie nu poate prezenta interes, decât din punctul de vedere al organizării generale al unei publicaţii. Toate sunt însă pagini de *Politică*.

[2] Vezi *Addenda*

[3] Cf. Malcom F. Mallette, în *Manual pentru ziariştii din Europa Centrală şi de Est*, p. 93 ş.u.

[4] Idem: „Pe orice pagină tipărită, punctul de plecare este colţul din stânga sus. Aceasta este *aria optică primară*, AOP. Prin educaţia din copilărie, ochiul aici se opreşte prima oară pe pagină şi

de obicei, punctele terminale, numite *colțuri inerte*, trebuie să conțină informații atractive, care să invite cititorul la lectură. Multe din ziarele româneşti însă, rezervă partea de jos a paginilor rubricilor de publicitate; prin urmare, zona cea mai importantă rămâne partea de sus, cu punct de plecare, latura stângă. La originea acestui mod de lectură stă de fapt *structura liniară a scrierii latine* [5].

Conform acestor criterii, putem conchide că publicațiile în analiză oferă sondajului suficientă atenție, astfel încât ştirile să fie plasate pe primele poziții spre care se îndreaptă interesul cititorului. Doar *Evenimentul zilei*, după cum se observă şi din spațiul redus al ştirii, acordă mai puțină importanță sondajului, aşezându-l în poziții marginale, către punctele finale spre care se orientează atenția lectorului. Chiar dacă modul de punere în pagină este mai degrabă o tehnică generală de redactare, decât o strategie de manipulare, nu putem evita o observație inerentă: aceea că jurnalistul rămâne cel care poate impune receptorului primele planuri ale lecturii şi informațiile de prim-interes.

2. Dispunerea informațiilor în text, poate fi cercetată pe mai multe nivele: *transfrastic* – în ansamblul întregului discurs, *frastic* – la nivelul *sintaxei* frazei şi a propozițiilor. Umărind ca textul să fie *coerent* şi *coeziv*[6], gazetarul adoptă aceleaşi strategii de ierarhizare şi în interiorul enunțurilor, şi la nivelul global al articolului. Informația asupra căreia jurnalistul vrea să insiste se transformă în tema ştirii, elementele pe care ziaristul doreşte să le evidențieze devin subiecte în propoziții.

Astfel sunt motivate diferențele dintre titlurile ştirilor, pe care le-am semnalat în capitolul anterior. Subiectul ştirii (în sens tematic) este însuşi titlul, iar elementele de accent sunt chiar subiectele (în sens gramatical) propozițiilor care reprezintă titlul. Ierarhiile stabilite în titluri se vor reflecta în dispunerea informațiilor în cadrul articolelor:

---

trebuie reținut printr-un *stimulator de atenție puternic*. Când ochiul ajunge în colțul din dreapta jos, pagina a fost parcursă în întregime. Aceasta este *aria terminală*, AT. Acest mod de înaintare se bazează pe structura liniară a alfabetului latin (...) Diagonala lecturii, de la AOP la AT, este deseori numită «gravitația cititorului», la fel de puternică şi de constantă ca şi gravitația fizică. Ochiul nu urmează diagonala lecturii aşa cum ai dansa pe sârmă. El poate fi deviat de către *magneți optici*, plasați intenționați peste tot în pagină, pentru a atrage privirea în toate zonele. *Colțurile inerte*, cele din dreapta sus şi stânga jos, necesită în mod special ceva atractiv", p. 96.

[5] Scrierile care folosesc alte alfabete (ebraic, arab) au modalități diferite de redactare şi aşezare în pagină, potrivit lui Malcom F. Mallette, *op. cit.,* p. 96.

[6] Pentru definițiile conceptelor *coerență, coeziune*, vezi *DSL*, pp. 113, 114.

** PSD şi Adrian Năstase continuă să scadă în preferinţele electoratului (A1)*

** Sporeşte electoratul PNL şi PD (Z)*

** PSD se duce pe tobogan (C1)*

2.1. Cotidianul *Adevărul (A1)* dovedeşte, prin modul de organizare a informaţiilor, că se apropie cel mai mult de ierarhia sondajului propriu-zis. Datele sunt prezentate în ordinea descrescătoare a barometrului, prin enunţuri simple, majoritatea conţinând *propoziţii principale*. Un singur exemplu uzează de o construcţie mai amplă, redând informaţia într-o frază construită comparativ, după modelul: propoziţie principală (1-PP), subordonată – atributivă (2-AT), - completivă directă (3-CD), - completivă directă (4-CD), - concesivă (5-CSV), - atributivă (6-AT):

Centrul pentru studierea opiniei publice a efectuat, în perioada 26 februarie – 1 martie, un sondaj (1-PP) / *din care rezultă că* (2-AT) / *PSD continuă* (3-CD) / *să beneficieze de încrederea majorităţii populaţiei* (4-CD) /, *deşi numărul celor* (5-CSV) / *care ar vota cu acest partid* (6-AT) / *este în uşoară scădere* (5-CSV).

Comparaţiile nu sunt realizate în mod necesar prin *propoziţii* explicit *comparative*, ci şi prin *concesive*. O altă modalitate de a dispune informaţiile în paralel este folosirea sintagmelor, a *locuţiunilor comparative* (*în schimb*, *în comparaţie cu*, *în timp ce*) sau a *conjuncţiilor adversative* şi a corelativelor (*dar*, *însă*, *totuşi*). Deşi comparaţiile sunt reprezentate obiectiv în graficele alăturate sondajului, jurnalistul însoţeşte analiza şi de aprecieri subiective, marcate prin *propoziţii atributive*:

În schimb, PD şi PNL, partide aflate în opoziţie, şi care nu s-au remarcat prin acţiuni deosebite (AT), *au înregistrat, în perioada noiembrie 2001 – februarie 2002, o creştere de circa două procente.*

După cum remarcam în capitolul precedent[7], un alt mijloc de a orienta înţelegerea mesajului este accentuarea, în sens pozitiv sau negativ, a informaţiilor, prin intermediul *adverbelor modale*:

** PSD a început să scadă* constant *(...)*

* Şi *cota de încredere a premierului Năstase este în scădere, de la 56,4% în decembrie 2001, la* numai *50,1% în februarie 2002.*

Aprecierile subiective ating şi categoria *adjectivelor*:

(...) partide (...) care nu s-au remarcat prin acţiuni deosebite *(...)*

O altă precizare necesară se referă la aspectul *verbelor*. Ziaristul păstrează contextul condiţional, specificat în barometru, prin formularea întrebărilor (*Dacă duminica viitoare* ar fi *alegeri parlamentare în România, dvs. cu ce partid sau formaţiune politică* aţi vota?), astfel încât răspunsurile sunt redate prin verbe la modul *condiţional optativ* (prezent sau perfect): *ar beneficia*, *ar obţine*, *ar vota*, *ar fi beneficiat*. Rare sunt cazurile în care opţiunile sunt reflectate pe un ton categoric, la modul *indicativ* (*Traian Băsescu*

---

[7] Vezi infra p. 20.

beneficiază *de (...)*. Menţiunea este necesară pentru că alte articole nu ţin cont de aceste condiţionări, reflectând sondajul ca pe o realitate indiscutabilă.

Articolul din ziarul *Adevărul* se menţine, în ansamblu, în limitele aprecierilor obiective, tocmai pentru că respectă ierarhiile stabilite de sondaj. Intervenţiile jurnalistului sunt minime şi subtile, astfel încât pot fi trecute cu vederea de către cititor.

2.2. Cotidianul *Ziua* urmăreşte însă cu totul alt scop, ca atare subiectul ştirii se schimbă. Dacă în ziarul *Adevărul*, principalul subiect era reprezentat de *PSD şi Adrian Năstase* despre care se preciza: *continuă să scadă în preferinţele electoratului*, în *Ziua*, subiectul este: *electoratul PNL şi PD*, despre care se spune că *sporeşte*. Deşi are la dispoziţie aceleaşi informaţii obiective ale sondajului, ziaristul de la cotidianul *Ziua* preferă să schimbe accentul, iar ştirea devine alta. Accentul iniţial va reprezenta dominanta articolului[8]. Substantivele *PNL* şi *PD*, cu sinonimele *liberalii* şi *democraţii*, vor fi primele *subiecte* în pasajele de la început ale articolului:

PNL şi PD *sunt singurele partide parlamentare care s-au bucurat, în februarie de o creştere a popularităţii, în rândul alegătorilor, în timp ce PSD, PRM şi UDMR au scăzut în ochii electoratului (...)* atât liberalii, cât şi democraţii *s-ar situa peste pragul de 10%, „dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri”.*

Celelalte subiecte se află în propoziţii secundare în interiorul frazelor, şi urmează unor *construcţii comparative*: *(...)* în timp ce *PSD, PRM şi UDMR au scăzut în ochii electoratului*. Alte exemple de construcţii comparative: *(...)* în timp ce *8,7% au optat pentru alte formaţiuni*; *(...) a pierdut* faţă de *luna ianuarie, aproape patru procente.* Ziaristul încearcă „să mascheze” intervenţiile proprii, ce rezultă din compararea datelor pe care le are la dispoziţie, prin propoziţii sau construcţii care fac permanent referire la informaţiile obiective din sondaj:

* *(...) relevă datele sondajului de opinie realizat, luna trecută, de CSOP.*

* *Judecând după răspunsurile intervievaţilor la întrebarea privind intenţia de vot, (...)*

* *(...) fapt reliefat de statisticile ultimelor luni.*

* *Conform CSOP, (...)*

Redarea informaţiilor prin construcţii de tipul: *potrivit* + *Genitiv, conform cu* + *Acuzativ*, este o tehnică specifică ştirilor, dar folosirea din abundenţă a procedeului demonstrează că jurnalistul resimte nevoia de a-şi argumenta fiecare opţiune şi de a se face, în acelaşi timp, credibil[9].

---

[8] Teoreticienii în jurnalism recomandă coeziune între titlu şi articol, precum şi respectarea principiilor coerenţei în interiorul textului. Vezi subcapitolul *Argument şi convingere*, din Lucian Vasile Szabo, *Libertate şi comunicare în lumea presei*, p. 102; de asemenea, subcapitolele *Planificarea* şi *Claritatea* din David Randall, *Jurnalistul universal*, p. 139 ş.u.

[9] „Gradul de inteligibilitate şi credibilitate creşte pe măsură ce informaţiile date publicităţii sunt mai mult şi mai corect atribuite unor surse identificate cu cât mai multe dintre datele lor esenţiale”, apreciază Lucian Vasile Szabo în *Libertate şi comunicare în lumea presei*, p. 103.

Intervențiile subiective se reflecată mai ales prin introducerea *adjectivelor calificative* şi a *adverbelor modale*. Anumite adjective restrâng sensul substantivelor regente şi schimbă semnificația întregului context:

PNL şi PD sunt singurele *partide parlamentare care s-au bucurat, în februarie, de o creştere a popularității în rândul alegătorilor (...)*

Alte adjective detaşează subiectul de context, datorită formei superlative:

Dintre personalitățile publice, Adrian Năstase beneficiază, în continuare de cel mai mare *capital de încredere (...)*

Adverbele modale accentuează concluzii ale sondajului printr-un discurs personalizat:

Electoratul partidului de guvernământ se subțiază constant.

Verbele sunt categoria cu cea mai mare „greutate" din articol. Dacă ziarul *Adevărul* se străduia să redea verbele, specifice domeniului statisticii, la forme *condiționale*, cu cât mai apropiate de viziunea originală a sondajului, cotidianul *Ziua* modifică nu doar registrul, dar şi modurile acestei categorii: *s-au bucurat*, *se subțiază*, *a pierdut*, *au scăzut*, *beneficiază* sunt toate verbe la modul *indicativ, prezent* sau *perfect compus*, care reflectă acțiunea ca pe un fapt deja concretizat. Ziaristul trece peste realitatea posibilă, condiționată a sondajului, pentru a o prezenta drept un adevăr obiectiv, deja actualizat. Jurnalistul nu se detaşează nici de forme şi semnificații imprecise ale verbelor, pentru a-şi exprima convingerile. Verbul *a părea*, alături de conjunctivul perfect *să fi intrat* ambiguizează informația[10]:

În criză de „încredere" pare să fi intrat *liderul PRM, C.V. Tudor (...)*

Constatările semnalate mai sus demonstrează că ziaristul nu se limitează doar la prezentarea informațiilor, potrivit registrului, datelor şi ierarhizărilor din barometru, redând într-o ordine preferențială opțiunile electoratului, accentuând negativ sau pozitiv elementele analizate, în funcție de propriile sale opțiuni.

2.3. Un articol care acordă minimum de spațiu acestui subiect este nevoit să elimine de la bun început anumite informații cuprinse în sondaj. Cotidianul *Evenimentul zilei (EZ1)* concentrează ştirea într-o coloană de câteva rânduri, renunțând la prezentarea răspunsurilor celei de-a treia întrebări a barometrului de opinie (*După părerea dvs. în ce direcție merg lucrurile astăzi în România?*). Pe de altă parte, ştirea încearcă să concentreze în puține cuvinte informațiile cele mai relevante [11], pe de altă parte articolul manipulează prin

---

[10]) Deşi în cazul de față, tehnica este folosită nu pentru a ascunde sursa, ci pentru a exprima o viziune proprie asupra evoluției lucrurilor, iată care sunt observațiile specialiştilor în jurnalism: „O concepție greşită – formulări impersonale – O practică des întâlnită în presa românească este aceea de a se ascunde identitatea surselor prin recurgerea la formulări vagi de genul: *este cunoscut că...* (de cine?), *se pare că...* (cui i se pare?), *se spune că...* (cine spune?), *se ştie că...* (cine ştie) (...)", Idem (9), p. 106.

[11] Marcel Tolcea în *Elemente de redactare a textului jurnalistic* pledează pentru concentrarea mesajului, prin eliminarea cuvintelor, a propozițiilor şi frazelor de prisos: „Sir Winston Churchill a făcut nemuritor acest principiu al comunicării jurnalistice – în esență al comunicării în general – caracterizând cu ironie şfichiuitoare un adversar din Parlament: «Concentrează minimum de

omisiune[12]. Publicația alege prezentarea răspunsurilor la întrebările care i se par jurnalistului semnificative, dar lasă deoparte chiar latura socială a sondajului, unde subiectul poate fi la fel de interesant pentru publicul cititor. Ziarul *Adevărul*, de pildă, concentrează acest răspuns, la finalul articolului, într-o singură frază:

Procentul celor care cred că lucrurile merg într-o direcție bună a scăzut în ultimele cinci luni, de la 33,3% la 29,4%, în timp ce 42,7% consideră că țara merge într-o direcție greşită. (A1)

Spațiul restrâns acordat articolului în *Evenimentul zilei* îl determină pe ziarist să comaseze în prima parte a textului şi informația pe care o consideră principală, şi datele de circumstanță ale sondajului. *Fraza* este *încărcată* cu atributive spre final, având o topică neobişnuită (1-SB, 2-PP, 3-AT, 4-AT):

Premierul Adrian Năstase este cea mai credibilă persoană dintre politicieni, (1-SB) / *se arată într-un sondaj CSOP realizat în perioada 26 februarie – 1 martie a.c., la nivel național,* (2-PP) / *şi care relevă faptul că* (3-AT) / *50,1 la sută din cei intervievați au menționat acest lucru* (4-AT).

Celelalte *fraze* din text sunt în mare parte *simple*, cu *propoziții principale – coordonate adversativ*, sau subordonate – circumstanțiale temporale:

Theodor Stolojan se află pe locul patru, cu 27,9 la sută (1-PP) /, *iar liderul PRM, Corneliu Vadim Tudor, întruneşte doar 19, 7 la sută din opțiuni* (2-PP).

În încercarea de a mări substanța informativă, într-un spațiu relativ redus, ziaristul introduce sintagme cu un plus de încărcătură semantică, al căror conținut gravitează în jurul unor *adjective*: *cea mai credibilă persoană dintre politicieni, pe o pantă descendentă a credibilității, la scurtă distanță, înregistrează o uşoară creştere*. Semnificațiile contextelor sunt modificate şi de *adverbe modale*, cu sens limitativ, sau de *conjuncții adversative*: *întruneşte doar 19,7 la sută din opțiuni; de remarcat este însă faptul că (...)*. Notăm de asemenea, aceeaşi tendință spre a folosi *verbe* la *modul indicativ*, *timpul prezent*, care demonstrează că textul înregistrază sondajul drept o realitate nu doar probabilă, posibilă, ci deja concretizată.

2.4. Un articol care încalcă principiul „maximum de informație în minimum de cuvinte" este cel din *Curentul (C1)*; un text căruia îi este acordat suficient spațiu pentru a putea prezenta obiectiv şi integral datele sondajului de opinie, dar care înlocuieşte informația cu aprecieri, comentarii şi păreri personale ale gazetarului. *Topica, sintaxa, morfologia* – toate îi servesc ziaristului drept instrumente de manipulare a publicului cititor. Articolul dă impresia unei analize nepărtinitoare, doar pentru că nu „favorizează" în mod special un politician sau o formațiune, păstrând ierarhia datelor din datele de sondaj. Dar gazetarul exprimă păreri în legătură cu fiecare informație obiectivă, discursul este plin de ironii şi comentarii depreciative, astfel încât ştirea devine mai degrabă un pamflet. Exemplele care dovedesc intervențiile subiective ale

---

informație în maximum de cuvinte.» Deci *maximum de informație în minimum de cuvinte*, iată una dintre primele porunci ale decalogului jurnalistic.", p. 116.

[12] Vezi Bogdan Ficeac, *Tehnici de manipulare*

ziaristului sunt mult mai numeroase decât în celelalte articole cercetate. Pentru mai multă acuratețe, vom face analiza pe nivele:

2.4.1. Organizarea textului marchează o *topică liberă*, atât la nivelul propoziției, cât şi al frazei. Enunțurile sunt construcții ample, pline de propoziții şi de părți de propoziție intercalate sau de digresiuni. Elementele regente au, la rândul lor, foarte multe determinări. *Sintaxa* textului devine prolixă:

Surpriza etapei constă în faptul că, spre deosebire de toți potențialii candidați de la preşedinția României – Adrian Năstase, Traian Băsescu, C.V. Tudor şi Theodor Stolojan – care sunt în pierdere de procente la încredere, Ion Iliescu revine, se pare, la forma care l-a consacrat, câştigând în ultima lună peste un procent, ajungând la 47,9% încredere.

Aceeaşi tehnică a folosirii *concesivelor* serveşte jurnalistului pentru a pune accent pe informațiile din propoziția regentă. Topica rămâne liberă, propoziția concesivă este intercalată:

Răspunsurile celor peste 1.300 de persoane intervievate de operatorii CSOP dovedesc că (1-PP) /, *deşi PSD are încă o zestre substanțială de procente* (2-CSV) /, *pierde constant aproximativ un procent lunar, în favoarea partidelor de opoziție* (3-CD).

Propozițiile sunt aglomerate cu *determinări succesive*, fiecare cuvânt este susceptibil să devină regent pentru un altul. Jurnalistul înlănțuie părți subordonatoare de propoziție (obiecte indirecte), care devin la rândul lor elemente regente pentru alte subordonări:

(...) avem de-a face cu un PSD *împovărat de tot mai multe griji, învederat în pierdere constantă de viteză,* cu un PRM *aflat şi el în luna februarie sub procentajul obținut în prima lună a anului,* cu un tandem *PNL-PD în uşoară creştere şi* cu UDMR *surprinsă şi ea în pierdere de formă.*

Gazetarul încalcă astfel unul din principiile fundamentale ale redactării unui text jurnalistic: *simplitatea*, din care decurg *claritatea* şi *eficiența*[13].

2.4.2. Acelaşi stil prolix caracterizează şi nivelul *morfologic*. Gazetarul uzează de adjective, adverbe, verbe la forme nepersonale, pentru a face aprecieri care complică sintaxa propoziției şi a frazei.

Conotațiile peiorative rezultă nu doar din stricta semnificație a *substantivelor*, dar şi din forma lor. Jurnalistul operează *recategorizări*, trecând *substantive proprii* în sfera *substantivelor comune*, folosind articolul nehotărât: *un* PSD, *un* PRM.

Dintre *pronume*, cea mai frecventă categorie este cea a pronumelor *personale*, folosite ca deictice. Contextual, utilizarea lor dovedeşte o atitudine ireverențioasă a ziaristului față de politicienii sau partidele care sunt

---

[13] David Randall enunță în *Jurnalistul universal* câteva sfaturi, care țin loc de reguli în practica jurnalismului. Printre acestea: simplitatea, claritatea şi eficiența: „Asigurați-vă că propozițiile pe care le scrieți sunt cât se poate de clare. Evitați să impresionați prin scriitură şi limbaj complicat. Dați fiecărei fraze şi propoziții un sens. Evitați construcțiile de prisos", pp. 142, 159 ş.u.

protagonişti ai ştirii: *PRM a aflat şi* el; *UDMR, surprinsă şi* ea. Pronumele reflexive apar şi cu sens posesiv: îşi *pierd „încrederea”*.

Clasa *adjectivelor* este bine reprezentată, atât de cele *calificative*, cât şi de adjectivele *determinative*: *PSD* împovărat, mai multe *griji*, *pierdere* constantă, uşoară *creştere*, *UDMR* surprinsă, *zestre* substanțială, *o soartă* mai bună, *o* uşoară *scădere*, *derută* totală.

Multe adjective, dar şi alte părți de vorbire, sunt însoțite de *adverbe modale* (cu sens de întărire), care schimbă conținutul semantic al contextului, într-o notă depreciativă: *pierde* constant; surprinzător, *UDMR a ajuns*; *are* încă; *ajungând* deja;

* *(...) cu un PRM aflat* şi *el sub procentajul obținut în prima lună a anului (...)*

* *(...) şi un UDMR surprinsă* şi *ea în pierdere de formă*.

* *(...) PSD împovărat de* tot *mai multe griji (...)*

O altă strategie este *topicalizarea*[14] în interiorul propoziției. Adverbe de mod, coordonate adversativ sunt plasate la începutul enunțului, pentru a accentua o modalitate, pe care gazetarul o consideră obiectivă:

Încet, dar sigur, *PNL şi PD adună puncte.*

Personalizarea discursului este reliefată şi de prezența unor *locuțiuni verbale*, expresive: *a avea de-a face*, *a (nu) avea habar*:

* *Cu alte cuvinte,* avem de-a face *cu un PSD (...)*

* *(...) numărul celor care* habar n-au *încotro se îndreaptă țara, crescând în februarie cu aproape trei procente*.

Articolul uzează în câteva rânduri de cuvinte nerecomandate în practica jurnalistică, precum *verbe (reflexiv-) impersonale*, imprecise[15]:

* *Nici PRM* nu pare *să aibă o soartă mai bună.*

* *Ion Iliescu revine,* se pare*, la forma care l-a consacrat.*

De altfel, textul „abuzează” şi de alte construcții nerecomandate, de tipul verbelor aflate la moduri nepersonale, nepredicative. O serie de participii le-am analizat deja la categoria adjectivelor. Sunt însă folosite din exces şi foarte multe *gerunzii*, cu determinări şi relaționări proprii (subiecte, obiecte directe, complemente de agent). Unele se regăsesc chiar în aceleaşi propoziții, coordonate prin juxtapunere. Folosirea abuzivă a gerunziilor încarcă enunțul şi îngreunează lectura [16]:

* *În topul VIP-urilor, Adrian Năstase, Traian Băsescu şi Corneliu Vadim Tudor îşi pierd „încrederea”, procentele lor* fiind *câştigate de Ion Iliescu*.

* *(...) PNL şi PD adună puncte, cele două orfeline* ajungând *deja la 10,6% şi respectiv 11,3 % (...)*

* *(...) partidului C.V. Tudor* fiind *într-o uşoară scădere*.

---

[14] Vezi topicalizare, tematizare, în *DSL*, pp. 544, 529 ş.u.

[15] David Randall, *op. cit.*, cap. *Precizia*, p. 150 ş.u.

[16] Marcel Tolcea, *op. cit.*: „Sfat practic: Feriți-vă de gerunzii! Feriți-vă mai ales de frazele care încep cu gerunzii. Nu este întotdeauna prea clar ce relație exprimă gerunziile: de cauzalitate, de temporalitate, de consecuție.”, p. 130.

** (...) Ion Iliescu revine, se pare, la forma care l-a consacrat,* câştigând *în ultima luna peste un procent,* ajungând *la 47,9% încredere.*

** (...) numărul celor care habar n-au încotro se îndreaptă țara,* crescând *în februarie cu aproape trei procente.*

2.4.3. În ansamblu, textul respectă criteriile de construcție – coerență şi coeziune – chiar dacă, spre final, ziaristul încearcă să realizeze o legătură nefirească între răspunsurile la cele dintâi întrebări (prezentate în prima parte a articolului) şi rezultatele sondajului la ultima întrebare. În tendința de a începe coeziv articolul, jurnalistul impune ca o concluzie ultimul pasaj al articolului. Concluzia aparține doar gazetarului, nu poate fi dedusă şi din barometrul de opinie:

Astfel, populația României se află într-o derută totală, numărul celor care recunosc că habar n-au încotro se îndreaptă țara crescând în februarie cu aproape trei procente.

2.4.5. Dintre toate articolele supuse analizei, textul din urmă respectă cel mai puțin criteriile de redactare a unei ştiri[17] (17). Analiza stilistică va demonstra mai lesne că discursul este de fapt un pamflet.

3. Următorul subiect pe care l-am supus analizei lexico-semantice în primul capitol, este declarația politică a preşedintelui țării, pe tema „strategiei”. Am făcut această alegere, pentru că declarația este pusă în paralel de către jurnalişti cu alte afirmații ale aceluiaşi personaj şi astfel, se poate observa mai limpede structura ştirii. Modelul de construcție a unei

---

[17] Potrivit lui Curtis D. MacDougall, (*Interpretative Reporting*), stilul jurnalistic trebuie să fie caracterizat prin:
„A. *Concizie*:
1. eliminarea cuvintelor de prisos;
2. a detaliilor de prisos;
3. a propozițiilor şi frazelor de prisos;
4. a redundanțelor;
5. simplitatea;
6. raportul just diateza activă – diateza pasivă;
7. sublinierea şi accentuarea în mod corect
B. *Evitarea banalităților*:
1. a figurilor de stil;
2. a clişeelor şi platitudinilor;
3. a personificărilor uzate prin abuz;
4. a obscurităților «academice».
C. *Formule ale lizibilității*:
1. fraze şi propoziții scurte;
2. cuvinte simple.
D. *Semantica*:
De evitat:
1. cuvinte nefamiliare;
2. conotații;
3. reclama deşănțată;
4. cuvinte evaluative.”

ştiri este consacrat de presă în formula „piramidei”. Structura trebuie să respecte cronologia evenimentelor, chiar dacă faptele sunt prezentate în ordine inversă: „piramida răsturnată”[18]. După cum se va observa din articolele analizate, jurnaliştii au preferinţe pentru un mod sau celălalt de prezentare a informaţiilor (ordinea desfăşurării evenimentelor sau cronologie inversată), dar opţiunile nu sunt arbitrare.

Un alt aspect care trebuie discutat este folosirea *citatului*. Având în vedere că ştirile sunt reprezentări ale unei declaraţii, ziariştii folosesc citatele drept suport argumentativ al informaţiilor. Recomandările profesorilor de jurnalism scot în evidenţă faptul că folosirea din abundenţă a citatelor poate fi dăunătoare structurii de ansamblu a unei ştiri[19]. Citatele trebuie să fie semnificative pentru înţelegerea mesajului şi să nu poată fi redate în stil indirect, decât cu riscul de a schimba semnificaţia, nuanţele contextului. Constantin Stan remarcă în *Principii generale de folosire a citatului*, că există situaţii în care declaraţiile trebuie redate exact în forma în care sunt, altfel jurnalistul trebuie să renunţe la prezentarea materialului[20]. Cu o astfel de situaţie ne confruntăm în ştirea supusă analizei. Ziariştii redau aproape în întregime declaraţia, nu însă fără aprecieri, comentarii, concluzii personale.

Precizăm că, în acest caz, vom renunţa la studiul modalităţilor de aşezare în pagină a articolelor, întrucât două dintre exemple sunt culese de pe site-urile de Internet ale cotidianelor, iar compararea nu poate duce la rezultate concludente sau obiective. Articolele nu prezintă diferenţe majore, ca dimensiuni, care să determine rezultate relevante, în planul analizei.

---

[18] Ferenc Vasas & Alexandru Brăduţ Ulmeanu, *Cum (nu) se scrie o ştire*: „Există numeroase modalităţi reuşite de organizare a materialului informaţional într-un text jurnalistic, poate tot atâtea câţi gazetari buni sunt. Cu toate acestea, majoritatea profesioniştilor, inclusiv a profesorilor în jurnalism, admite (sic) că forma cea mai răspândită de structurare a informaţiei este cea cunoscută sub denumirea de piramidă răsturnată (numită adesea şi inversată) (...) Piramida este inversată tocmai pentru ca partea cea mai importantă, mai nouă, mai proaspătă ori mai frapantă a informaţiei este condensată în capul textului. Toate celelalte detalii, care completează ansamblul ştirii vor fi prezentate în ceea ce se numeşte paragrafe de dezvoltare.”, p. 170.

[19] David Randall, *op. cit*. : „Folosiţi citatele cu economie. În scris, poţi fi mult mai eficient decât sunt majoritatea oamenilor când vorbesc (...) În general, citatul indirect trebuie folosit întotdeauna pentru a comunica informaţii. Citatele personalizează şi dau un caracter direct articolului, dar ele trebuie, în mod normal, rezervate doar pentru relatări pe marginea unor dispute animate, dându-le cititorilor posibilitatea de a comenta sau de a-şi face o părere despre opiniile şi sentimentele protagoniştilor. Citatele nu trebuie folosite doar ca umplutură.”, p. 160.

[20] Constantin Stan, *Principii generale de folosire a citatului*: „Cel mai adesea ne întâlnim cu declaraţii anoste, mustind de locuri comune. Limba de lemn se întâlneşte în mai toate domeniile, nu numai în politică. Un politician grăbit de a scăpa de asaltul reporterilor, un avocat abia ieşit dintr-un proces, un poliţist speriat că rămas singurul „organ” la faţa locului, un comunicat care îngroapă adevărul în jargonul profesiei sau specializării reprezintă adesea materia primă a jurnaliştilor. Ce poţi face cu un asemenea material? Practic, nu ai decât două soluţii: *îl redai aşa cum e* sau *renunţi complet la această materie*.”, pp. 136, 137.

3.1. Articolul excerptat din cotidianul *România liberă* (*RL)* poate reprezenta un model de redactare a ştirilor care reproduc declaraţii[21]. Intervenţiile ziaristului sunt minime, atât la nivelul sintaxei, cât şi al morfologiei.

O observaţie necesară este cea referitoare la dispunerea declaraţiilor în interiorul articolului. Pentru a face evidentă presupusa contradicţie dintre afirmaţiile pe temă ale aceluiaşi protagonist, jurnalistul prezintă declaraţiile chiar în ordinea cronologică în care au fost făcute. Momentele sunt marcate prin adverbe de timp:

* *Preşedintele Iliescu a reiterat* ieri dimineaţă *(...)*

* *Ulterior, avea să recunoască, tot* ieri *(...)*

Conţinutul ştirii este delimitat de aceste două precizări, fără ca jurnalistul să intervină în construcţia textului, prin fragmentări.

3.1.1. *Sintaxa textului* se încadrează în modelele de redactare a unui text publicistic. Frazele nu sunt foarte ample, dimensiunea lor este dată de prezenţa citatelor, a *vorbirii directe* în interiorul enunţurilor:

„Având în vedere preocuparea pentru astfel de probleme ale imaginii României şi în contextul unui, ca să-i spunem puţin exagerat, război psihologic, la care suntem supuşi de 12 ani continuu, această propunere este firească”, a adăugat Iliescu.

Afirmaţiile care sunt reproduse în *vorbirea indirectă*, însoţite de *verbe dicendi*, sunt majoritatea, propoziţii subordonate, *completive directe*, introduse prin *conjuncţii completive*:

* *Preşedintele Iliescu a spus* că *documentul apărut în presă nu are niciun fel de susţinere oficială şi nu a fost văzut de nimeni.*

* *(...) Ion Iliescu a reafirmat ieri dimineaţă* că *strategia privind contracararea acţiunilor de denigrare a ţării nu este un document oficial.*

Propoziţiile *subiective* sunt reprezentate într-o proporţie mai mică. Asemenea enunţuri urmează unor construcţii verbale impersonale dar, „personalizate”:

Ciudat este *că preşedintele Ion Iliescu a reafirmat ieri dimineaţă că (...)*

Astfel de formulări sunt nerecomandate, nu atât din punctul de vedere al construcţiei, cât din perspectiva semnificaţiei mesajului. Jurnalistul doreşte să semnalizeze o situaţie care i se pare contradictorie, fără a lăsa cititorului libertatea de a face aprecieri[22].

3.1.2. *Nivelul morfologic* este slab reprezentat, sub aspectul mijloacelor de manipulare. Observăm aceeaşi predilecţie pentru folosirea *gerunziilor*, care contrag frazele în simple propoziţii:

(...) apreciind *însă că preocupările pentru apărarea imaginii României sunt fireşti.*

---

[21] Cotidianul rezervă pentru comentarii un editorial, semnat Bogdan Ficeac, regăsit pe prima pagină.

[22] Ferenc Vasas & Alexandru Brăduţ Ulmeanu, *op. cit.*: „Răriţi adjectivele şi adverbele”, p. 183; vezi şi Marcel Tolcea, *op. cit.*, p. 129.

Există cazuri, destul de rare, în care gerunziul apare chiar la începutul unui enunț. Strategia este menită să atragă atenția cititorului asupra unei anumite declarații:

Referindu-se *la informațiile apărute în presă în legătură cu o strategie pe această temă, şeful statului a afirmat: (...)*

Timpul *verbelor* este preponderent perfectul compus, la *modul indicativ.* Atunci când jurnalistul insistă să evidențieze aspectele contradictorii ale declarațiilor, forma verbelor poate cunoaşte o variantă mai complexă. Timpul auxiliarului se schimbă de la prezent la imperfect, iar participiul devine conjunctiv:

Ulterior, avea să recunoască, *tot ieri, că în cadrul CSAT (...)*

Gazetarul marchează contradicțiile prin punerea în paralel a timpurilor verbale şi a *adverbelor circumstanțiale de timp*, al căror sens este accentuat uneori prin *adverbe de mod*:

Ciudat este că preşedintele a reafirmat ieri dimineață *că strategia (...)* ar putea fi *supusă discuțiilor.* Ulterior, *avea să recunoască,* tot ieri, *că în cadrul CSAT* s-a discutat *despre (...)*

3.1.3. În ansamblu, discursul este caracterizat prin sumare intervenții auctoriale. Comparația cu alte articole va putea face evidente strategiile sintactice şi morfologice de manipulare a receptorului.

3.2. Cotidianul *Adevărul (A2)* reține, în articolul pe aceeaşi temă, doar declarația inițială făcută de preşedinte cu privire la „strategie". Ştirea apare în ziar în aceeaşi zi în care *România liberă* publică subiectul, dar cotidianul *Adevărul* nu menționează poziția ulterioară a protagonistului. Lectorul este astfel privat de o perspectivă completă asupra subiectului.

Articolul redă, cu minime intervenții, prima declarație făcută de preşedinte, deşi ziaristul nu se limitează la o aboradare obiectivă. Gazetarul califică tocmai subiectul care face obiectul afirmațiilor prezentate. Tehnica este menită să capteze interesul publicului, întrucât aprecierile sunt făcute chiar în titlu.

Titlul este un enunț simplu al cărui conținut informativ ar trebui să fie centrat pe partea *predicativă*, potrivit funcțiilor îndeplinite de predicat la nivelul unei propoziții[23]. Regulile de construcție a unei ştiri stabilesc că noutatea informațională este conținută de acele elemente care răspund la întrebarea: *ce?*[24]. Ştirea ar trebui să fie aşadar o *predicație*[25]. Jurnalistul centrează însă

---

[23] Pentru o definiție mai amplă a predicatului şi a predicației, vezi *DSL*, p. 397 ş.u.

[24] „Chiar dacă a devenit un loc comun printre jurnalişti, trebuie reamintită regula după care orice ştire trebuie să răspundă la câteva întrebări: *cine?, ce?, când?, unde?, de ce?, cum?*. Este faimoasă paradigma cunoscută în literatura anglo-saxonă de specialitate sub denumirea *5W*: *who?, what?, when?, where?, why?* (...) Aceste întrebări nu sunt egale între ele ca valoare. *Ce?* este cu adevărat cea mai importantă, *cine?* o urmează îndeaproape, iar *unde?* şi *când?* vin imediat.", Ferenc Vasas & Alexandru Brăduț Ulmeanu, *op. cit.*, p. 167.

atenția receptorului asupra *subiectului*, atribuindu-i o caracteristică, exprimată printr-un *adjectiv*, de maximă expresivitate:

Strategia otrăvită *nu va trece de CSAT.*

Aceeaşi tehnică este utilizată şi în enunțul care îndeplineşte rolul subtitlului. Noutatea informațională şi predicația sunt formal realizate de către verb şi de către determinatul său, cu funcție de obiect direct. Interesul lectorului este însă captat de construcția genitivală din finalul enunțului, datorită *atributului adjectival* exprimat printr-un calificativ neaşteptat:

Şeful statului caută autorul materialului scandalos*.*

Atitudinea ziaristului față de acel material se face vădită cu atât mai mult cu cât, în text, documentul poartă statutul unui nume propriu. Recategorizarea *substantivului comun* în *nume propriu* are şi o notă ironică:

(...) a declarat şeful statului la Fundulea, neştiind până la ora prânzului cine este autorul Strategiei*.*

Chiar dacă intervențiile jurnalistului nu ating în mod evident nivelul sintaxei sau al morfologiei textului, câteva formulări „subtile” sunt de natură să inducă cititorului o notă de îndoială în legătură cu declarațiile protagonistului. Mijloacele gramaticale sunt *pronumele reflexive*, cu nuanță *posesivă* şi *complementele circumstanțiale de timp*:

Preşedintele Ion Iliescu şi-*a reluat, ieri,* opinia *în privința documentului privind contracararea atacurilor la imaginea României. „A rămas să vedem de unde a apărut acest material”, a declarat şeful statului (...),* neştiind până la ora prânzului *cine este autorul Strategiei*.

Ziaristul doreşte să sublinieze astfel, că afirmația este o opinie, care aparține preşedintelui, iar declarația a fost făcută până într-un anumit moment al zilei, ceea ce nu exclude posibilitatea unei schimbări de atitudine, în a doua parte a zilei. Alte cotidiane au prezentat şi afirmațiile ulterioare, punându-le în paralel. Gazetarul de la *Adevărul* dovedeşte însă că ştie mai mult decât comunică, de vreme ce subliniază printr-un gerunziu un fapt, asupra căruia cititorul neavizat nu ar putea avea vreo îndoială.

3.3. Cotidianul *Curentul (C2)* marchează declarațiile prin paragrafe separate[26], pentru a putea face mai uşor distincția dintre pozițiile diferite ale preşedintelui şi ale altor protagonişti. Ştirea din *Cotidianul* îşi propune nu doar să informeze, ci să pună în comparație, să critice atitudinile contradictorii, pozițiile pe care jurnalistul le consideră inadvertente.

3.3.1. *Nivelul sintactic*, prin modalitățile de construcție a propozițiilor, a frazelor, este de natură să pună în evidență contradicțiile.

---

[25] Predicația nu este îndeplinită în mod necesar de către un verb predicativ. Există situații în care rolul predicației este jucat de substantive, adjective: „*Contrabandă* cu țigări în Constanța”, „*Alunecări de teren* la Bârlad”, „ Energie *mai ieftină* din 2003” (*Evenimentul Zilei*, nr. 3042)

[26] Potrivit modului de redactare a articolului pe Internet; vezi *Addenda*

Frazele sunt alcătuite după un tipar opozitiv, structurat din *propoziții* relaționate *adversativ* sau *concesiv*, prin conjuncții specifice:

* *Preşedintele Ion Iliescu a recunoscut, ieri, că s-a discutat despre o strategie de răspuns la acțiunile de denigrare a țării,* dar *a negat încă odată că documentul apărut în presă reprezintă varianta oficială a Cotroceniului.*

* *Preşedintele a adăugat că,* deşi *strategia i se atribuie lui Ioan Talpeş, nici consilierul său „nu văzuse acest material" (...)*

* *Ceea ce ştie* însă *cu siguranță Ion Iliescu (...)*

Comparațiile cele mai „eficiente" se realizează prin relaționări temporale dispuse transfrastic, care subliniază momentele declarațiilor considerate incompatibile:

* *Aceasta* după ce, la începutul anului, după o şedință CSAT, *spusese presei că Administrația Prezidențială se gândeşte la o astfel de contraofensivă informațională.*

* Ieri, *nici ministrul Dâncu nu-şi mai aducea aminte de strategia Cotroceniului,* la *numai* o zi după ce *declarase că a contribuit la conturarea ei.*

* *Iliescu şi-a amintit că,* pe 29 ianuarie*, CSAT a hotărât să elaboreze o strategie (...) Ion Iliescu a declarat,* ieri*, că aceasta a fost o „sugestie" (...)*

Astfel de structuri urmează unor construcții coordonate prin conjuncții negative, care marchează o excludere:

* Nici *Talpeş nu-şi aminteşte să fi lucrat la proiect.*

* *Ieri,* nici *ministrul Dâncu nu-şi mai amintea (...)*

Urmărind desfăşurarea evenimentelor în paralel, gazetarul respectă modelul „piramidei inversate". Dar, cum subiectul ştirii nu reprezintă o singură declarație, ci afirmațiile pe aceeaşi temă ale mai multor protagonişti, modelul piramidei se reiterează în interiorul articolului. Raportul dintre „acum – atunci" devine strategia de construcție a discursului.

3.3.2. Paralelismele temporale sunt la fel de evidente, la *nivel morfologic*. Timpul *verbelor* oscilează între *indicativ prezent*, *perfect compus*, *imperfect* şi *mai mult ca perfect*. Ziaristul nu foloseşte invariabil perfectul compus, pentru a reda o declarație din trecut: *a recunoscut*, *ştie*, *nu-şi aminteşte*, *spusese*, *se gândeşte*, *nu-şi amintea*, *anunțase*. De altfel, o tehnică mult folosită în presa actuală este de a renunța la stilul indirect, redat prin verbe dicendi la timpul perfect compus. Opiniile din declarațiile oficiale sunt reproduse ca adevăruri prezente, incontestabile, asumate de către emițător[27]. Tehnica îi foloseşte jurnalistului pentru a avea libertatea de a contesta contradicțiile şi de a le „penaliza":

Ceea ce ştie *însă cu siguranță Ion Iliescu (...)*

---

[27] Practica jurnalistică dovedeşte că afirmațiile oficiale pot fi declarații conjuncturale, care nu reprezintă în mod obiectiv credințele, opiniile, punctele de vedere ale persoanelor publice. Emițătorul poate reveni asupra afirmațiilor anterioare. În aceste condiții, ziaristul este obligat să se distanțeze, folosind verbe declarative, şi să nu răstălmăcească afirmațiile, înlocuind citatele prin sintagme sinonime parțiale.

Adverbele, locuțiunile adverbiale sunt o altă categorie care-i foloseşte jurnalistului pentru a remarca inadvertențele, dar şi pentru a ironiza:

** (...) la* numai *o zi, după ce declarase (...)*

** (...) şi-a schimbat ieri* radical *declarațiile (...)*

** Ceea ce ştie însă* cu siguranță *Ion Iliescu (...)*

** (...) a negat* încă *odată (...)*

Alături de adverbele modale, *adjectivele calificative* şi unele *substantive* denotă ironia gazetarului: *puterea copleşită, strategia-fantomă.*

Un alt mijloc morfologic de a atrage atenția cititorului este folosirea din abundență a *pronumelor* cu funcție deictică. Pronumele relativ compus *ceea ce*, cu rol cataforic, aşezat la începutul enunțului accentuează o idee, pe care ziaristul o contracarează printr-o remarcă imediată. Pronumele relative (în locuțiuni conjuncționale) sunt puse în opoziție cu cele demonstrative, prin intermediul prepozițiilor, în cadrul unor construcții clişeizate în presă (*aceasta, după ce*):

Ceea ce *ştie însă cu siguranță Ion Iliescu este că Ioan Talpeş nu a elaborat o astfel de strategie (...)* Aceasta*, după* ce*, la începutul anului, spusese presei că Administrația Prezidențială se gândeşte la o astfel de contraofensivă informațională.*

Studiul pe nivele al discursului jurnalistic poate conduce la determinarea strategiilor de care ziariştii uzează cu predilecție pentru a manipula, dar analiza dovedeşte că tehnicile se relaționează, nefiind independente de context. Aglomerarea mijloacelor în interiorul aceloraşi sintagme, propoziții, fraze, demonstrează că discursul în ansamblu este o strategie de manipulare a modului în care cititorul poate înțelege declarațiile prezentate.

3.4. Articolul din *Evenimentul zilei*, rezervat aceluiaşi subiect, confirmă că există o tendință de a folosi aceleaşi tipuri de mijloace pentru a orienta percepția receptorului către o anumită înțelegere a mesajului. Textul este structurat pe comparații, paralelisme, structuri adversative, menite să expliciteze cititorului ceea ce ziaristul consideră a reprezenta contradicții în discursul protagonistului.

Paralelismele sunt dispuse atât la nivel frastic, cât şi transfrastic. *Mijloacele morfologice* care marchează *sintactic*[28] opozițiile sunt *conjuncțiile adversative* şi corelativele lor (*însă, totuşi*), alături de *adverbe*, *locuțiuni adverbiale de timp* (*inițial, ulterior, pe atunci, pe când*), *locuțiuni conjuncționale* (*după ce*); jurnalistul doreşte să delimiteze clar momentele declarațiilor în timp:

** El a dat asigurări că strategia prezentată în presă nu va fi aprobată de CSAT,* însă *a refuzat să spună ce instituție a fost însărcinată să elaboreze un astfel de document.*

** El a admis* totuşi *că „este posibil" ca acest text să fie un proiect care ar putea fi supus discuțiilor.*

---

[28] Înțelegem aici prin sintaxă, atât sintaxa propoziției, cât şi sintaxa textului; vezi definiția *sintaxei*, în *DSL*, p. 486.

** Nu este pentru prima dată când Ion Iliescu admite, fie şi parţial, veridicitatea unor dezvăluiri din presă,* după ce, iniţial, *respinsese totul cu vehemenţă. La fel s-au petrecut lucrurile* în anul 2000, *când actualul preşedinte,* pe atunci *lider al PDSR, a negat ferm (...)* Ulterior, *(...) Ion Iliescu şi-a amintit o serie de amănunte referitoare la aceste subiecte controversate.*

* *Aceasta,* după ce, miercuri, *întrebat de ziarişti, cel dintâi om în stat a negat categoric existenţa unui asemenera document.*

Afirmaţiile sunt relatate în stil indirect; predomină *verbele* la timpul *perfect compus*. Într-un singur exemplu, pentru a sublinia contradicţia, *prezentul indicativ* este pus în paralel cu *mai mult ca perfectul*:

* *(...) Ion Iliescu* admite*, fie şi parţial, veridicitatea unor dezvăluiri din presă, după ce, iniţial,* respinsese *totul cu vehemenţă.*

Adverbele modale (locuţiunile adverbiale) şi adjectivele calificative readuc în text aprecieri subiective: *poziţie interesantă*; *Iliescu (...) iritat*; *subiecte controversate*; *a văzut, într-adevăr*; *a negat categoric*; *respinsese (...) cu vehemenţă*; *a negat ferm*.

Unul dintre cele mai controversate aspecte, pe care l-am semnalat şi în analiza altor articole, este *recategorizarea* în sfera numelor: *substantivele proprii* devin *nume comune* prin articulare, iar *substantivele comune* devin *nume proprii*. În acest caz, jurnalistul doreşte să individualizeze, să personalizeze substantive comune, pentru a atrage atenţia lectorului asupra conţinutului lor, trecându-le în categoria numelor proprii. Individualizarea, dar şi ironia, sunt accentuate de prezenţa ghilimelelor: *„Firul roşu”, „Afacerea Costea”, operaţiunea „Bidineaua”*.

4. Cercetarea celor câteva exemple extrase din ziare dovedeşte că există tehnici predilecte de manipulare a informaţiei. Fără pretenţia de a fi descoperit toate posibilele mijloace sintactice şi morfologice de manipulare, analiza ne îndreptăţeşte la câteva concluzii:

I. Prin modul de *aşezare în pagină* a unui articol şi prin spaţiul acordat subiectului, gazetarul este cel care decide gradul de interes al unei informaţii pentru publicul cititor.

II. *Titlul* esenţializează ştirea şi invită la lectură. Ierarhia părţilor de propoziţie din titluri poate determina modul de structurare a informaţiilor în articole şi etapele pe care cititorul le parcurge odată cu lectura. Informaţiile pe care ziaristul le doreşte a fi de prim interes sunt prezentate la începutul articolului.

III. Textele sunt structurate în general *comparativ*. Jurnalistul se foloseşte de informaţii mai vechi pentru a putea schimba percepţia receptorului asupra unui eveniment recent. În acelaşi timp, gazetarul poate manipula prin omisiune.

IV. *Topicalizarea* este un mijloc de a atrage atenţia asupra unei informaţii.

V. Anumite categorii *morfologice* (adverbele de mod, adjectivele calificative) îi folosesc ziaristului pentru a face aprecieri personale, subiective. Gazetarul uzează de procedee gramaticale – *recategorizarea* – pentru a schimba accentele de semnificaţie sau pentru a ironiza.

În încheierea acestui capitol, menționăm că mijloacele sintactice şi morfologice de manipulare pot fi completate cu noi exemple prin analiza altor texte, dispuse paralel. Concluziile de față rezultă doar din cercetarea articolelor prezentate, fără pretenția de a fi enunțat toate strategiile posibile de manipulare în presă.

Capitolul al IV-lea
Stil şi manipulare

Premisa lucrării de față a fost studierea comparată a unor articole de presă cu *funcție informativă*, pentru a putea demonstra că *obiectivitatea nu este o valoare absolută* care guvernează discursul ştirilor. Gazetarii recurg la diverse strategii lexico-semantice, morfologice, sintactice, de construcție şi de topică, astfel încât informația capătăt forme argumentativ-analitice. Mesajul ajunge la receptor filtrat de către jurnalist prin propria conştiință. *Realitatea* nu rămâne doar reflectată în termeni neutri, ci este *reconstituită* prin raportarea la contextul evenimentelor, iar ziaristul aduce în atenție ceea ce el consideră semnificativ pentru înțelegerea mesajului de către publicul cititor.

1. Adevăr şi creativitate

Un celebru editor al unui ziar britanic, C.P. Scott, citat de către David Randall în lucrarea sa *Jurnalistul universal*, spunea că „rolul primar al ziarului este colectarea ştirilor. Cu orice risc, el trebuie să vegheze ca ştirile să nu fie alterate. Nici prin ceea ce se spune, nici prin ceea ce nu se spune, nici prin modul de prezentare nu trebuie ca fața senină a adevărului să sufere (...) Comentariul este liber, dar faptele sunt sfinte”[29]. Gazetarul ar trebui aşadar să fie nepărtinitor cu informația, pentru a nu denatura *adevărul*[30]. Dar posibilitatea de a prezenta adevărul derivă tocmai din libertatea de expresie, care oferă jurnalistului şi dreptul de a avea judecăți de valoare asupra faptelor obiective. Pe de altă parte, tocmai esența limbajului oferă premisa interpretării. Argumentul l-am regăsit în studiile de lingvistică generală ale lui Eugen Coşeriu, care spune că limbajul este *creația* particulară a fiecărui individ[31]. Orice mesaj poartă cu sine amprenta emițătorului datorită funcțiilor sale intrinseci (îndeosebi funcția expresivă, poetică).

2. Idiostil

---

[29] Cf. David Randall, *Jurnalistul universal*, p. 37.

[30] Idem.: „Orice articol trebuie să prezinte căutarea onestă a adevărului. Este o regulă fundamentală şi deloc negociabilă a jurnalismului că orice articol trebuie să fie o încercare neafectată de prejudecăți de afla ce s-a petrecut cu adevărat, însoțită de hotărârea de a publica adevărul, oricât de incomod ar fi aceasta pentru concepțiile şi credințele noastre. Ca urmare, jurnaliştii nu trebuie să accepte misiunea de a sprijini un anumit punct de vedere, în ciuda evidențelor sau să scrie articole care îşi propun susținerea unor teorii preconcepute”, p. 126.

[31] Eugen Coşeriu, *Lecții de lingvistică generală*

În orizontul *stilisticii funcționale*, Ion Coteanu defineşte formele individuale de manifestare lingvistică drept *idiostil*[32]. Stilul individual reprezintă caracteristicile particulare ale unui mesaj, care-l disting de toate celelalte mesaje ce pot avea ca obiect de referință aceeaşi realitate extralingvistică. Cercetarea de până acum a textelor publicistice demonstrează că diferențele de redactare se concretizează de fapt în variații stilistice, care ating sfera lexicului, a morfologiei, a sintaxei şi a altor nivele de limbă. După cum remarca Lucian Vasile Szabo[33], discursul jurnalistic nu poate fi privat de contribuția personală a fiecărui gazetar care îşi propune să ofere o informație, oricât de obiectivă. Alături de lexic, morfologie şi sintaxă, *figurile de stil* pot fi o modalitate de a personaliza discursul, de a-l individuzaliza în raport cu alte texte care-şi propun să prezinte aceeaşi realitate[34]. Spre deosebire de limbajul ştiințific, a cărui funcție este centrată pe semnificat, limbajul figurilor de stil atrage atenția receptorului asupra semnificantului[35]. Dar semnificantul nu este doar o reprezentare formală a conținutului, ci poate afecta sensul mesajului. *Figurile de stil* pot fi astfel o *formă de manipulare*.

2.1. Pentru a putea marca rolul tropilor în construcția unui articol, trebuie să facem mai întâi referire la *registrele de limbaj* care intervin în discursul ştirilor. În capitolul rezervat analizei lexico-semnatice am amintit în treacăt despre termeni preluați din sfera unor domenii, precum cel *sportiv* sau *militar*. Într-o lucrare dedicată *Vocabularului limbii române actuale*, Adriana Stoichițoiu Ichim remarcă o tendință de pătrundere a cuvintelor din sfera *terminologiilor specializate* în mass-media[36]. Presa preia cuvinte din alte domenii, cărora le modifică semnificația în context, dezvoltând sensuri figurate.

2.1.1. Autoarea notează că „*terminologia militară* (în sens larg) a furnizat presei mai multe cuvinte apte de a dezvolta sensuri figurate”[37]. Printre cuvintele semnalate se află: *bombă, bumerang, dinamită, fumigenă,*

---

[32] Ion Coteanu, *Stilistica funcțională a limbii române*

[33] Lucian Vasile Szabo, *Comunicare şi expresivitate în presă*, p. 124.

[34] Acelaşi autor remarcă, în *op. cit.*, că anumite articole pot fi citite tocmai pentru că poartă semnătura unui gazetar căruia publicul îi acordă credibilitate: „În presa românească, unde practica a impus ca fiecare articol, chiar dacă este vorba de o ştire banală, să poarte semnătura autorului, o parte a cititorilor analizează informațiile primite şi din prisma credibilității semnatarului, credibilitate verificată în timp în funcție de alte articole publicate de acelaşi jurnalist şi de ecoul lor în opinia publică şi în fața autorităților”, p. 124.

[35] Idem, p. 139.

[36] Adriana Stoichițoiu Ichim, *Vocabularul limbii române actuale*: „Din punct de vedere stilistico-funcțional, marea majoritate a cuvintelor care au dezvoltat sensuri noi în mass-media actuală este reprezentat de *neologisme*. Între acestea, o poziție privilegiată revine termenilor specializați care, prin intermediul presei, pătrund în alte terminologii decât cele cărora le aparțin prin definiție şi, ulterior, în limbajul literar standard. Fenomenul se înscrie în procesul mai amplu de «permeabilizare» a granițelor dintre variantele funcționale ale limbii. Modificările («deviațiile») semantice suferite de cuvintele preluate în mass-media din terminologii au drept rezultat «determinologizarea» termenilor respectivi, realizată, de regulă, prin lărgirea semnificației şi apariția de sensuri figurate.”, p. 55.

[37] Idem, p. 66.

gherilă, torpilă. Textele analizate în studiul de față confirmă această tendință de folosire a termenilor din domeniul militar, chiar dacă sursa se regăseşte în unele cazuri, chiar în declarațiile oficiale: *atac (A2), apărare (EZ2), contracarare (A2, EZ2, RL), contraofensivă (C2), operațiune (EZ2), război (de imagine – EZ1), război (psihologic – RL), ripostă (C2), strategie.* Într-una din recentele sale lucrări[38], Tatiana Slama Cazacu notează că frecventa utilizare a termenilor militari în discursurile politicienilor este o tară a limbajului de lemn. Reflectate în presă, astfel de cuvinte au ajuns să se clişeizeze, fără să-şi piardă în mod necesar. Gazetarii apelează adesea la acest registru pentru a caracteriza o situație încordată. Scopul imediat este acela de a atrage atenția cititorului, de a-l invita la lectură, stârnindu-i curiozitatea.

2.1.2. Un alt registru care interferează cu limbajul standard este cel sportiv. Adriana Stoichițoiu Ichim subliniază în aceeaşi lucrare[39], că *terminologia sportivă* este o sursă de metafore publicistice. Este o practică frecventă printre jurnalişti de metaforiza o înfruntare politică în termenii unui conflict (*Războiul imaginii, reflectat în sondaje – EZ1*) sau ai unei competiții sportive. Protagoniştii unui barometru de opinie devin astfel „concurenți" care „se întrec" pentru „a câştiga puncte" şi care „se clasează pe anumite locuri":

* *Premierul* este secondat *de preşedintele Iliescu (...) (Z)*
* *Liberalul Teodor Stolojan (27,9%)* ocupă locul patru. *(Z)*
* La scurtă distanță *se află preşedintele Iliescu,* urmat *la două procente* de *primarul Traian Băsescu (EZ1).*
* *Teodor Stolojan* se află pe locul patru. *(EZ1)*
* *(...) avem de-a face cu un PSD (...) în* pierdere *constantă* de viteză *(...) (C1)*
* *(...) cu UDMR surprinsă şi ea în* pierdere de formă. *(C1)*
* *Încet, dar sigur, PNL şi PD* adună puncte *(...) (C1)*
* Surpriza etapei *constă în faptul că (...) Ion Iliescu* revine, *se pare,* la forma *care* l-a conscrat, câştigând *în ultima lună peste un procent (...) (C1)*

Formulările subliniate sunt specifice comentariilor sportive, standardizate, plină de şabloane. Prezentarea unor date statistice privind realitatea politică în termenii clişeizați ai analizelor sportive este o modalitate de a ironiza, de a parodia. Ştirea se depărtează astfel de reflectarea obiectivă şi devine mai degrabă un pamflet, în care cititorul resimte atitudinea depreciativă şi vocea autorului.

2.1.3. Un alt „obicei" al jurnaliştilor este acela de a comenta evenimentele prezentate, punând „diagnostice", *în termeni medicali.* Gazetarul este obişnuit să facă „radiografii" ale situației sociale, să constate că un anumit sector al economiei este în stadiul de „colaps", să remarce că opoziția este

[38] Tatiana Slama Cazacu, *Stratageme comunicaționale şi manipularea*
[39] Adriana Stoichițoiu Ichim, *op. cit.*, p. 68.

„anemică", iar corupția a ajuns în faza de „metastază"[40]. Jurnalistul de la cotidianul *Ziua* remarcă, de pildă că *liderul PRM, Corneliu Vadim Tudor, a intrat, se pare, în* criză *de încredere (Z).* Dar, chiar ziaristul pune sub semnul întrebării propriul diagnostic, de vreme ce în imediata apropiere plasează un verb impersonal, a cărui semnificație conferă realității o nuanță imprecisă.

2.2. Termenii preluați din domeniile specializate sunt pentru discursul ştirilor o sursă de expresivitate. *Figurile de stil* care denotă cel mai limpede aprecierile gazetarului asupra informațiilor obiective sunt *metafora*, *personificarea* şi *epitetul*. Teoriile jurnalistice[41] recomandă în general evitarea în ştiri a tropilor, susceptibili să denatureze informația şi să inducă publicului o imagine subiectivă asupra faptelor prezentate. În spiritul expresivității, unii gazetari nu ezită să folosească figuri de stil pentru a-şi individualiza discursul şi pentru a impresiona publicul cititor.

Cercetarea în paralel a articolelor prezentate în capitolele anterioare a demonstrat că există ştiri unde intervențiile ziaristului sunt minime. Am dat ca exemplu articolul, referitor la rezultatele sondajului de opinie, excerptat din ziarul *Adevărul (A2).* Un astfel de text dovedeşte că redactarea poate fi şi obiectivă, atunci când jurnalistul nu este mânat de interese[42]. Făcând o ierarhie a gradului de stilizare a redactării, putem plasa la polul opus ştirea din ziarul *Curentul (C1)*, despre care precizam anterior că seamănă mai degrabă cu un pamflet. Gazetarul apelează la multiple personificări, din care nu lipsesc termenii familiari, cu sensuri conotative: *PSD se duce pe tobogan*; *PSD împovărat de tot mai multe griji*; *UDMR surprinsă şi ea în pierdere de formă*; *PSD are încă o zestre substanțială de procente*; *PNL şi PD (...) cele două „orfeline"*; *PRM nu are o soartă mai bună.*

Al doilea subiect (în ordinea analizelor) pe care l-am supus studiului, „a inspirat" gazetarilor mai mult decât personificări, *epitete* şi *metafore*: „strategia" care a făcut obiectul unor declarații oficiale a devenit pentru jurnalişti: *operațiunea Bidineaua (EZ2), material scandalos (A2), strategia otrăvită (A2),* asemănătoare cu *modelul „Firul roşu" şi „Afacerea Costea" (EZ2),* de care *Puterea s-a încurcat,* fiind *copleşită de probleme (C2).* Când tropii sunt „insuficienți", gazetarul stilizează discursul, mimând un dialog cu *Puterea*, „în direct":

Preşedintele a adăugat că, deşi strategia i se atribuie lui Ioan Talpeş, nici consilierul său „nu văzuse acest material", fiind probabil, „o propunere din colectivul care lucrează" la această strategie. Unde se află acest colectiv? „Nu ştiu, dragă... Nici nu pot să fac vreo afirmație", a replicat Ion Iliescu. (C2)

---

[40] Exemplele citate au fost extrase din Adriana Stoichițoiu Ichim, *op. cit.*, p. 67.
[41] Vezi Marcel Tolcea, *Elemente de redactare a textului jurnalistic*, p. 111.
[42] Înțelegem prin „interese" preocupările pentru personalizarea discursului, pentru persuadare, dar şi interesele economice, financiare, care determină politicile editoriale. Modalitățile de conduită în astfel de situații sunt dezbătute de către David Randall, în *op. cit.*, subcapitolele: „Nu trebuie acceptate nici un fel de stimulente pentru publicarea unui articol", Jurnaliştii nu au voie să le permită celor care se ocupă cu publicitatea să influențeze, direct sau indirect, conținutul redacțional al ziarului", pp. 126-129.

Acest articol demonstrează, mai clar decât în primele ştiri analizate, intervenţiile subiective ale ziariştilor. Motivaţia are legătură chiar cu tema declaraţiilor reproduse: „Strategia" se referă la o presupusă modalitate de reacţie a autorităţilor la articolele negative din presă. Jurnaliştii îşi simt astfel ameninţată chiar libertatea de expresie şi răspund pe un ton plin de „expresivitate", pentru dezvăluirea adevărului. Manipularea este în acest caz, un mijloc de a-l convinge pe cititor că realitatea este cu totul alta decât cea prezentată în declaraţiile oficiale şi că astfel de afirmaţii pot conţine neadevăruri.

3. Manipularea ca libertate de expresie

Manipularea aşadar nu are conotaţii exclusiv negative. Tatiana Slama Cazacu remarcă în cartea sa dedicată acestui subiect[43] că manipularea poate fi pozitivă, dacă efectele sale sunt benefice.

Înţelegem aşadar prin *strategii de manipulare*, *toate acele mijloace lingvistice, folosite de către emiţător (în cazul de faţă, jurnalist) la redactarea unui text, cu scopul de a orienta, cu bună ştiinţă, viziunea receptorului (cititorului) către o anumită interpretare, percepţie, a realităţilor prezentate.*

Studiul de faţă a încercat să pună în evidenţă o serie de astfel de mijloace, pe care le-am numit, potrivit aceluiaşi termen folosit de autoarea citată, *strategii*. Scopul lucrării nu a fost acela de a face aprecieri negative sau pozitive asupra modului în care gazetarii reflectă evenimentele, ci de a observa cum folosesc jurnaliştii mijloacele limbajului pentru a manipula informaţia. Faptul că *libertatea de expresie* este consfinţită prin legi, declaraţii internaţionale şi prin Constituţie, demonstrează că astfel limbajul îşi poate păstra esenţa naturii sale[44]: *creativitatea.*

BIBLIOGRAFIE

1. Bidu-Vrănceanu, Angela – *Mărcile stilistice (diastratice) în DEX şi importanţa lor normativ-didactică*, în *Limbă şi Literatură*, vol. I, 1995
2. Bidu-Vrănceanu, Angela, Cristina Călăraşu, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Mihaela Mancaş, Gabriela Pană-Dindelegan – *Dicţionar de ştiinţe ale limbii* – Editura Nemira, 2001
3. BBC – *Producer's Guidelines,* Brittish Broadcasting Corporation, Broadcasting House, London, W1A 1AA, 1996
4. Ciompec, Georgeta, Constantin Domnite, Valeria Guţu-Romalo [et al.], coordonator Ion Coteanu – *Limba română contemporană*, vol. I – Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1974
5. Coman, Mihai – *Introducere în sistemul mass-media* – Editura Polirom, Iaşi

---

[43] Tatiana Slama Cazacu, *Stratageme comunicaţionale şi manipularea*, p. 49.

[44] Vezi cap. *Lingvistica între pozitivism şi antipozitivism*, Eugen Coşeriu, în *Lecţii de lingvistică generală*.

6. Coman, Mihai (coordonator) – *Manual de jurnalism – Tehnici fundamentale de redactare* – vol. I, Editura Polirom, Iaşi, 2001
7. Constituția României – Monitorul Oficial, Bucureşti, 1991
8. Coteanu, Ion – *Stilistica funcțională a limbii române*, Editura Academiei, Bucureşti, 1973
9. Coteanu, Ion, Angela Bidu-Vrănceanu, Narcisa Forăscu – *Limba română contemporană, Vocabularul (LRC)*, ed. a II-a, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1982
10. Coteanu, Ion, Luiza Seche, Mircea Seche (coordonatori) – *Dicționarul explicativ al limbii române*, Editura Univers Enciclopedic, Bucureşti, 1998
11. Coşeriu, Eugen – *Lecții de lingvistică generală* – Editura ARC, Chişinău, 2000
12. Ficeac, Bogdan – *Tehnici de manipulare* – Editura Nemira, Bucureşti, 1998
13. Hartley, John – *Discursul ştirilor* – Editura Polirom, Iaşi, 1999
14. Hjelmslev, Louis – *Prolégomènes à une théorie du langue* – Minuit, Paris, 1966
15. Irimia, Dumitru – *Structura stilistică a limbii române contemporane* – Editura Ştiințifică şi Enciclopedică, Bucureşti, 1986
16. Jakobson, Roman – *Essais de linguistique générale* - Minuit, Paris, 1963
17. Lazăr, Mirela – *Metode şi tehnici de colectare a informațiilor – MJ1* – Editura Polirom, Iaşi, 2001
18. Mallette, Malcom F. (editor) – *Manual pentru ziariştii din Europa Centrală şi de Est* – World Press Freedom Committee, Asociația Ziariştilor din România, Fundația Soros pentru o Societate Deschisă, 1992
19. Marcu, Florin – *Marele dicționar de neologisme*, Editura Saeculum, 2000
20. Marcu, Florin, Constant Maneca – *Dicționar de neologisme* – ed. a III-a, Editura Academiei, Bucureşti, 1978
21. Pană-Dindelegan, Gabriela – *Sintaxa limbii române* – Universitatea Bucureşti, 1976
22. Rad, Ilie – *Titlul jurnalistic – MJ1* – Polirom, Iaşi, 2001
23. Randall, David – *Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă* – Editura Polirom, Iaşi, 1998
24. Reboul, Anne, Jaques Moeschler – *Pragmatica, azi* – Editura Echinox, Cluj, 2001
25. Saussure, Ferdinand de – *Curs de lingvistică generală* – Editura Polirom, Iaşi, 1998
26. Slama-Cazacu, Tatiana – *Stratageme comunicaționale şi manipularea*, Editura Polirom, Iaşi, 2000
27. Stoichițoiu-Ichim, Adriana – *Vocabularul limbii române actuale – Dinamică, influență, creativitate* – Editura All, Bucureşti, 2001
28. Szabo, Lucian-Vasile – *Libertate şi comunicare în lumea presei* – Editura Amarcord, Timişoara, 1999
29. Thom, Françoise – *Limba de lemn* – Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
30. Tolcea, Marcel – *Elemente de redactare a textului jurnalistic – MJ1* – Editura Polirom, Iaşi, 2001
31. Vasas, Ferenc & Alexandru-Brăduț Ulmeanu – *Cum (nu) se scrie o ştire – 1. În căutarea definiției – MJ1* – Editura Polirom, Iaşi, 2001

SIGLE

A1 – *Adevărul*, nr. 3649, din 15 martie 2002
A2 – *Adevărul*, nr. 3711, din 30 mai 2002
C1 – *Curentul*, nr. 1339, din 15 martie 2002
C2 – *Curentul*, nr. 1400, din 30 mai 2002
DEX – *Dicționarul explicativ al limbii române*
DSL – *Dicționar de ştiințe ale limbii*
DN – *Dicționar de neologisme*
EZ1 – *Evenimentul zilei*, nr. 2963, din 15 martie 2002
EZ2 – *Evenimentul zilei*, nr. 3028, din 30 mai 2002
LRC – *Limbă română contemporană (Vocabular)*
MJ1 – *Manual de jurnalism, Tehnici fundamentale de redactare*, vol. I
RL – *România liberă*, nr. 3705, din 30 mai 2002
Z – *Ziua*, nr. 2356, din 15 martie 2002

STUDIA UNIVERSITATIS BABEŞ-BOLYAI, EPHEMERIDES, LII, 1, 2007

RECLAMELE-ŞOC: APELUL LA EMOŢII NEGATIVE – DE LA CAMPANIA SOCIALĂ LA PUBLICITATEA COMERCIALĂ

MIHAI DEAC*

ABSTRACT. In this article, the use of negative emotions in advertising is analysed by bringing to the attention of the reader some relevant examples of how this instrument has been used in Romania as well as abroad. Possible effects on the viewer are debated, and we begin to see how negative emotions, which are uncharacteristic of conventional advertising, are beginning to find their way onto the screen, as part of awareness campaigns at first, but, in time, also as part of commercial ads that try to sell a product.

Când vorbim despre reclame-şoc ne referim la acele reclame care provoacă reacţii puternice bazate mai degrabă pe emoţii negative decât pe sentimente pozitive. De regulă, acest tip de campanie nu promovează un produs, ci o atitudine faţă de un fenomen social. Aşadar, reclamele-şoc se pretează cel mai bine pentru campaniile sociale iniţiate de instituţii ale statului sau de ONG-uri. Cele mai cunoscute sunt campaniile anti-fumat, anti-violenţă sau anti-drog.

Pentru toate aceste probleme ale societăţii de azi, o abordare şocantă poate fi cea mai bună soluţie pentru ca spectatorii să conştientizeze că există o problemă. Dar, trebuie ţinut cont de un singur aspect, pe care Dacinia Crina Petrescu îl semnalează într-una din lucrările sale despre publicitate:

> „În cazul în care se folosesc anunţuri bazate pe emoţii negative, trebuie să fim foarte atenţi să nu trecem de limita acceptabilităţii, dincolo de care publicul începe să se simtă inconfortabil şi să evite anunţul."[1]

Într-adevăr, în momentul în care adevărurile prezentate sunt prea cenuşii, oamenii au tendinţa de a respinge complet mesajul, refuzând chiar să mai vizioneze reclama ulterior. Dar, poate că asemenea reacţii sunt mai benefice decât eventualitatea lipsei totale de reacţie. Sentimentele de respingere faţă de mesaj înseamnă că, la un anume nivel, acesta a fost măcar recepţionat şi interiorizat.

Fără îndoială, cea mai de succes campanie anti-fumat s-a derulat în Australia, începând cu 1999, iar modelul a fost preluat şi de Irlanda de Nord în 2002. Campania desfăşurată sub sloganul „Every cigarette is doing you damage"[2] este una dintre cele mai şocante care şi-au făcut loc pe ecranele

---

* Cadru didactic asociat la Catedra de Comunicare şi Relaţii Publice a FSPAC

[1] Dacinia Crina Petrescu. *Creativitate şi investigare în publicitate*, Ed. Carpatica, Cluj, 2002, pag.90.

[2] (engl.) *Fiecare ţigară îţi face rău.* (trad. ns)



din întreaga lume. Este vorba despre şase clipuri tv a câte 30 de secunde, care demonstrează într-un mod foarte explicit ce reacții are organismul nostru atunci când fumăm. Pe rând, vedem efectele devastatoare ale fumatului asupra arterei unui tânăr de doar 36 de ani, ni se prezintă un creier uman al unei persoane de 38 de ani, care a suferit un anevrism minor din cauza fumatului. Mai departe, sunt difuzate celelalte episoade din serie, unul dintre ele demonstrând că fumatul poate duce chiar la orbire, pentru ca ultimele trei spoturi să se concentreze asupra efectelor asupra sistemului respirator, incluzând aici cancerul la plămâni (**vezi foto dreapta -** sursa*: www.cpublichealth.co.nz*).

Toate aceste imagini sunt atât de directe, nu menajează deloc privitorul, încât este greu să le urmăreşti fără să-ți apară o grimasă pe față. Felul cum diferite părți ale organismului decad din cauza fumatului este chiar dezgustător şi poate cauza apariția unui sentiment de respingere a realităților din campanie. În acelaşi timp, însă, fumătorii nu vor putea trece prea uşor peste această inițiativă, care aduce şi informații noi despre subiect şi care are un fantastic atu reprezentat de imaginile necenzurate, care susțin cuvintele; cuvinte care, singure, nu ar putea sensibiliza suficient privitorul.

Conform site-ului ministerului sănătății din Australia, peste 190.000 de australieni au renunțat la fumat în urma acestei campanii[3], iar în Irlanda de Nord, care a preluat campania şi a făcut câteva adăugiri, se vorbeşte despre 20,000 de fumători convinşi să se lase de fumat cu mult înainte de finalul campaniei[4]. Se spera ca numărul să crească o dată cu intrarea campaniei într-o fază mai avansată.

Pe de altă parte, o campanie românească anti-fumat din 2004, care nu a mers deloc pe ideea de şocant, ci pe câteva testimoniale cu Claudiu Bleonț, Liana Stanciu, Cristian Țopescu şi Radu Nicolau ca protagonişti, nu a fost prea bine primită de către public, dacă e să ne luăm după comentariile de pe diverse forumuri de pe internet. Şi trebuie să o facem, din moment ce nu s-au publicat nici un fel de rezultate ale campaniei sau estimări cu privire la efectele ei. S-a pus, şi în acest caz, problema credibilității. Claudiu Bleonț nu este deloc credibil atunci când spune că prin voință a reuşit să renunțe şi nu i-a fost greu, dar îl vedem, în acelaşi timp, în câteva scene, făcând crize de nervi şi lovindu-se cu capul de un perete. Scena este evident prea teatrală şi nu se înțelege mesajul: aşa era cunoscutul actor atunci când fuma sau prin asta a trecut încercând să se

[3] http://www.health.gov.au/internet/wcms/publishing.nsf/Content/health-mediarel-yr1999-mw-mw99055.htm. 31 mai 1999
[4] http://www.healthpromotionagency.org.uk/Work/Tobacco/campaigns1.htm. 2004

lase?. Indiferent de răspuns, s-au făcut multe comentarii în care fumătorii spuneau că scena i-a făcut să-şi aprindă o țigară.

Ba chiar mai mult, într-o emisiune televizată care a fost difuzată ulterior, moderatorul Florin Piersic l-a întrebat pe domnul Bleonț, în stilul său caracteristic, cum a putut să apară la televizor povestind cum s-a lăsat de fumat, câtă vreme, de fapt, el fumează două pachete pe zi. Cei care au avut ocazia să vadă emisiunea sau măcar să audă de această replică acidă au conştientizat pe loc faptul că domnul Claudiu Bleonț nu a făcut decât să joace un rol ca oricare altul.

Dar aceasta nu este singura problemă pe care a avut-o campania „nututun". O anchetă a ziarului *Capital* a dezvăluit că întreaga campanie nu era nicidecum doar o inițiativă socială, ci o formă de publicitate mascată lansată de firma de medicamente *GlaxoSmithkline*. Reporterii au contactat cabinetele medicale recomandate în reclame şi pe site-ul www.nututun.ro, cabinete care ajută fumătorii să renunțe la viciu, şi au descoperit că, de fiecare dată, recomandarea era folosirea unui medicament numit Zyban şi produs de firma mai sus menționată. Aşadar, nu voința era esențială pentru a renunța la fumat, aşa cum spunea reclama, ci un simplu medicament. De ce nu a fost promovat Zyban printr-o campanie obişnuită? Pentru că aparența de campanie socială i-a permis să obțină spații publicitare mai ieftine, uneori chiar gratuite, iar costurile totale au fost mai scăzute. Mai mult, cele patru vedete care au susținut campania afirmă că au făcut-o gratuit, datorită scopului nobil al acesteia[5]. Dezvăluirile revistei *Capital* au demontat deodată această elaborată campanie mascată făcând-o să devină complet ineficientă.

Prin compararea celor două campanii anti-fumat, putem argumenta că imaginile şocante sunt mai eficiente decât testimonialele atunci când vorbim despre inițiative sociale. Fumatul nu este singurul subiect care poate stârni emoții negative. Acelaşi fior ne trece pe şira spinării când vedem ce se întâmplă când nu purtăm centura de siguranță sau când depăşim viteza legală pe şosele. Este cutremurătoare, de exemplu, imaginea tânărului ajuns, în urma unui accident, într-un scaun cu rotile prevăzut cu centură de siguranță, accesoriu care l-ar fi putut salva dacă l-ar fi folosit când era la volan. Acest spot video a făcut parte dintr-o campanie de promovare a folosirii necondiționate a centurii de siguranță.

La fel de şocantă poate fi imaginea unei fetițe care zace moartă pe marginea drumului în timp ce vocea ei povesteşte cum a fost lovită de o maşină la 40 mile/oră. Şansele de supraviețuire în aceste condiții sunt foarte mici. Printr-o mişcare de *rewind*, trupul neînsuflețit al micuței redevine întreg: brațul nu mai e rupt, rănile se retrag, iar fetița se trezeşte în

---

5 Petre Barbu, Petrisor Obae. *O campanie socială trage în piept presa*. http://old.revistapresei.ro/RO/articol.cfm?Sectiune=Multimedia&ID=63366 – 5 iunie 2004

mijlocul drumului şi concluzionează spunând că dacă ar fi lovită la 30 mile/oră ar avea 80% şanse de supravieţuire. Acest spot face parte dintr-o amplă campanie ce promovează respectarea limitărilor de viteză. Sloganul campaniei este: „It's 30mph for a reason"[6], iar iniţiativa este susţinută de afişe la fel de şocante (**vezi foto dreapta** – sursa: www.kentandmedwaysafetycameras.org.uk), reprezentând diferenţa dintre impactul la 30 mile/oră şi cel la 40 mile/oră. Deocamdată, campania fiind foarte recentă, nu există date despre eficienţa ei, dar, cu siguranţă, fetiţa de 8 ani moartă pe marginea drumului va avea un impact puternic. Rămâne de văzut dacă va fi pozitiv sau negativ.



Un viciu combătut tot printr-o reclamă-şoc este dependenţa de droguri. Este vorba despre un spot dedicat celor cu un stomac puternic, dar şi celor cu simţul umorului, dacă aceştia au răbdare să privească până la sfârşit.

Clipul începe cu un prim-plan al unui bărbat foarte agitat, aflat la trecerea prin vama unui aeroport. Se pare că acest domn puţin cam neîngrijit se grăbeşte să ajungă la toaletă din cauza unor nevoi fiziologice. Într-adevăr, crunta aşteptare ia sfârşit atunci când omul nostru trece de ghişeu şi ocupă o cabină în toaleta bărbaţilor. În mod ciudat, după ce îşi goleşte intestinul, protagonistul se întoarce cu o privire satisfăcută înspre wc şi începe să caute ceva prin propria materie fecală. Regizorul reclamei nu ne scuteşte deloc, pe noi, spectatorii, de această oribilă imagine. Suntem tentaţi să schimbăm canalul, dar curiozitatea ne mai reţine o secundă şi vedem că această căutare nu a fost zadarnică. Bărbatul a găsit câteva pliculeţe cu droguri, pe care, în ciuda faptului că sunt complet mânjite, le priveşte cu o satisfacţie greu de exprimat în cuvinte. Reclama se încheie cu apariţia sloganului: „Brought in the country by assholes, inhaled by idiots"[7]. Acest joc de cuvinte pune punct încercării de a induce un sentiment de greaţă consumatorilor de droguri care nu-şi pun problema cum sunt „importate" produsele pe care le inhalează. Este o abordare inedită a subiectului, curajoasă şi chiar amuzantă într-o oarecare măsură, însă eficacitatea ei este greu de măsurat având în vedere că puţini oameni vorbesc deschis despre propria dependenţă de narcotice. Din această cauză, nu putem contura grupul-ţintă pentru a studia efectele campaniei asupra acestei populaţii.

Însă, chiar dacă reclamele şocante atrag atenţia, au forţă şi determină reacţii puternice din partea publicului, se întâmplă, după cum

[6] (engl.) *E 30 mile/oră pentru un motiv*. (trad. ns)
[7] (engl.) *Aduse în ţară de către măgari(funduri), inhalate de idioţi*. (trad. ns)

aminteam şi la începutul capitolului, ca unele dintre ele să depăşească o anumită limită a suportabilităţii. Am avut ocazia să asist la prezentarea unui proiect de campanie socială împotriva avortului în 2005, care punea pe tapet imagini cenuşii despre ceea ce se întâmplă de fapt cu fătul în urma acestei operaţii şi adăuga alte imagini cu copii morţi şi înmormântări pentru micuţii nenăscuţi. Fiind vorba despre o prezentare cu public, sala a avut o puternică reacţie de respingere manifestată prin fluierături şi huiduieli. Este riscul la care ne expunem când relevăm lucruri care ştim că vor deranja, chiar dacă, pe termen lung, s-ar putea ca aceste imagini să facă diferenţa între decizia de a face sau a nu face un avort.

După cum menţionam la începutul capitolului, reclamele-şoc sunt utilizate cel mai frecvent în cadrul campaniilor sociale. Dar, există şi situaţii în care acest tip de reclamă negativă a fost folosit în publicitatea comercială. Este o strategie riscantă, dar ea poate da roade dacă publicul targetat este unul aflat la vârsta adolescenţei sau vârsta imediat următoare, anii tinereţii. Preferinţa pentru muzică, haine, film şi chiar publicitate ieşită din comun este o caracteristică specifică pentru această vârstă. Tinerii sunt ţinta principală pentru reclamele-şoc, datorită „tendinţei specifice către atitudini şi comportamente rebele sau care contestă normele sociale".[8]

În România, la fel ca în multe alte locuri, există un puternic curent gotic printre adolescenţi şi tineri, manifestat prin îmbrăcăminte exclusiv neagră, indiferent de sezon, machiaj negru în combinaţie cu fond de ten alb pentru fete, preferinţa pentru muzică black cu texte violente sau deprimante şi videoclipuri foarte grafice prezentând mutilări, personaje groteşti, monştri şi comportament sexual deviant. Subiectele de discuţie ale acestor grupuri se învârt invariabil în jurul unor motive ca moartea sau sinuciderea. Pentru acest segment de populaţie, semnificativ ca număr, apelul la stimuli negativi este mai mult decât potrivit, dacă lăsăm la o parte dimensiunea etică a problemei.

Aşa se explică şi alegerea unei companii străine de tutun de a-şi denumi una dintre mărci *Death*[9], titlu însoţit de un ambalaj negru pe care este ilustrat un craniu uman. Poate părea imorală targetarea unui public din care unei mari părţi, conform legilor oricărei ţări, nu îi este permis să fumeze, dar realitatea dură este că, oricum, majoritatea adolescenţilor de azi, prin diferite metode, are acces la ţigări şi fumează în mod constant.

În al doilea rând, producătorul nu va recunoaşte că publicul-ţintă este format din minori, el putând justifica strategia de branding prin targetarea adulţilor siguri pe sine, independenţi, care sunt conştienţi de pericolele fumatului şi, cu toate acestea, fumează pentru că distrugerea propriului organism este o alegere personală.

---

[8] Dan Petre, Dragoş Iliescu, *Psihologia reclamei*, Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2005, pag. 157.
[9] (engl.)moarte (trad. ns)

Pentru a nu ne îndepărta de discuția legată de etică, trebuie să menționăm şi publicitatea care încearcă să profite de pe urma sentimentului de teamă al consumatorilor. În unele țări, acest tip de publicitate este interzis prin lege, dar, cel mai des, apelul la frică este cenzurat chiar de creatorii de publicitate, care realizează că o asemenea abordare poate avea efecte neaşteptate. Unul dintre ele este dozarea greşită de stimuli negativi până la a crea o stare de anxietate exagerată, care poate face ca individul să nu se mai poată concentra şi să piardă ideea prncipală conținută de mesaj.

În al doilea rând, se poate considera că expunerea persoanelor la imagini care le fac rău nu este morală. Şocul, dacă este suficient de puternic, poate crea o stare de discomfort sau poate cauza probleme de sănătate pentru cei cu afecțiuni cardiace.

Iar în al treilea rând, exploatarea fricii se poate încadra perfect într-o strategie de manipulare. Se pot crea false temeri, situații neplăcute la care produsul X este soluția. Teama de furturi, crime sau, mai nou, teama de atacuri teroriste poate vinde cu foarte mult succes sisteme anti-furt tot mai sofisticate. O dată cu apropierea fatidicului an 2000, în care, chipurile, toate calculatoarele ar fi urmat să fie date peste cap de aşa-numitul „Y2K bug", publicizarea unui iminent sfârşit al civilizației aşa cum o cunoaştem a rezultat într-o panică generală. Efectul a fost creşterea spectaculoasă a vânzărilor de conserve şi alte alimente neperisabile, lanterne sau saci de dormit, provizii utile pentru cei care aveau de gând să se refugieze în buncărul din spatele casei pentru a evita sfârşitul lumii. Totul s-a dovedit a fi un zvon, dar cine l-a lansat rămâne un mister. Sigur că majoritatea firmelor de alimente nu au profitat în mod deliberat de această situație, dar ea ne arată cât de eficient poate fi apelul la frică.

Până la urmă, la un nivel mai subtil, tot teama stă la baza deciziei de cumpărare şi pentru alte categorii de produse. Cei care comercializează alimente prin promovarea avantajului de a avea un procent de colesterol mai scăzut, grăsimi sau calorii mai puține se folosesc, indirect, de teama consumatorilor de a se îngrăşa. La fel, dacă aruncăm o privire către reclame mai vechi la deodorant, vom vedea că se făcea apel la frica publicului de a deveni neatrăgător din cauza mirosului neplăcut. Soția care nu mai ştie cum să-l atragă pe soțul ei şi găseşte soluția numită deodorant este o reclamă clasică în care se utilizează amenințarea cu insuccesul social. La fel, mărci de tipul *Clearasil*, vorbesc, voalat sau nu, despre stigmă socială în cazul neutilizării produsului. Singura diferență între aceste campanii este că, acestea din urmă, sunt mai subtile decât, de exemplu, campania Flanco („Nu ştii ce se poate întâmpla mâine..."), care vorbeşete explicit despre amenințarea pe care o reprezintă dezastrele naturale.

Pentru a concluziona, să subliniem din nou capacitatea publicității şocante de a se evidenția în cadrul unui calup publicitar plin de stimuli care

mai de care mai diferiți, reacțiile puternice şi eficiente pe care le provoacă, dacă nivelul de stimuli negativi este atent dozat, şi puterea de a schimba atitudini. În acelaşi timp, însă, să reamintim faptul că o abordare şocantă poate avea efecte total neaşteptate, unul dintre ele fiind respingerea mesajului şi evitarea reclamei în sine.

BIBLIOGRAFIE

Cărți:

1. Gueguen, Nicolas, *Psihologia consumatorului*, trad. Marius Roman, Polirom, Iaşi, 2006.
2. Petre, Dan şi Dragoş Iliescu, *Psihologia reclamei*, ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2005.
3. Petrescu, Dacinia Crina, *Creativitate şi investigare în publicitate*, Ed. Carpatica, Cluj, 2002.

Articole internet:

1. Barbu, Petre şi Petrişor Obae, *O campanie socială trage în piept presa*, http://old.revistapresei.ro/RO/articol.cfm?Sectiune=Multimedia&ID=63366, 5.06.2004
2. http://www.health.gov.au/internet/wcms/publishing.nsf/Content/health-mediarel-yr1999-mw-mw99055.htm. 31 mai 1999
3. http://www.healthpromotionagency.org.uk/Work/Tobacco/campaigns1.htm. 2004
4. *www.cpublichealth.co.nz*
5. www.kentandmedwaysafetycameras.org.uk